

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Produk dan jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal untuk mendapatkan loyalitas mereka, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan loyalitas konsumen yaitu dengan cara memberikan layanan kepada konsumen yang terbaik. Persaingan antar perusahaan juga terjadi pada sektor industri perusahaan asuransi sehingga membuat perusahaan asuransi ikut andil dalam persaingan tersebut karena semakin banyak dan maraknya perusahaan asuransi yang ada di Indonesia, membuat persaingan antar perusahaan asuransi semakin ketat.

Perusahaan asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang bergerak di bidang jasa yang melayani risiko-risiko kehidupan pada diri seseorang. Awalnya perusahaan asuransi mejualkan produknya melalui agen yang tersebar di seluruh indonesia, kemudian munculah sebuah perusahaan asuransi yang bekerja sama dengan pihak perbankan (*Bancassurance*) salah satunya perusahaan PT. AXA Mandiri Financial Service yang bekerja sama dengan PT. Bank Mandiri dan PT. Bank Syariah Indonesia (BSI).

P.T. AXA Mandiri Financial Service berdiri pada tahun 2003 dan merupakan perusahaan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). AXA Mandiri melakukan pemasaran produk asuransi yang didukung oleh *Financial Advisor* (FA) yang tersebar dikantor cabang Bank Mandiri dan Bank Syariah Indonesia.

Financial Advisor adalah seorang profesional yang memberikan panduan kepada klien mengenai tujuan keuangan, asuransi, pensiun, investasi dan manajemen keuangan umum lainnya. Meskipun beberapa *Financial*

Advisor menawarkan berbagai layanan, banyak yang mengkhususkan diri dalam melakukan dan mengelola investasi. Menurut John Hagensen, *Financial Advisor* (Penasihat keuangan) dikontrak oleh perusahaan asuransi dan/atau pialang-dealer dan dengan demikian mendapat kompensasi untuk menjual produk perusahaan tersebut.¹

Perusahaan asuransi PT. AXA Mandiri financial service mengandalkan pemasaran produknya melalui *Financial Advisor* (FA) atau penasihat keuangan yang tersebar di Bank Mandiri dan Bank Syariah Indonesia, salah satunya terdapat di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Labuan. *Financial Advisor* memiliki peran penting dalam perusahaan, yang dimana tugasnya adalah merencanakan dan memasarkan produk asuransi sesuai dengan kebutuhan peserta dan sekaligus berperan dalam pelayanan baik itu pelayanan klaim maupun komplain produk asuransi dari peserta asuransi AXA Mandiri.

¹ Tessa Loudonback, Tanza Kavanagh, Robin and Campbell, "What Is a Financial Advisor and What Do They Do?," personal finance, 2023, <https://www.businessinsider.com/personal-finance/what-does-a-financial-advisor-do>. Diakses tanggal 8 Oktober 2023.

Finacial Advisor AXA Mandiri di Bank BSI KCP

Labuan telah memasarkan produk asuransi jiwa syariah sejak bulan maret 2021. Dalam undang-undang No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian menyebutkan bahwa Usaha Asuransi Jiwa Syariah adalah usaha yang menyelenggarakan jasa penanggulangan risiko yang memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung atau pihak lain yang berhak dalam hal tertanggung meninggal dunia atau tetap hidup, atau pembayaran lain kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.²

Financial Advisor AXA Mandiri di Bank BSI KCP

Labuan mengalami peningkatan dan penurunan peserta asuransi jiwa syariah pada beberapa bulan terakhir. Berikut data jumlah peserta asuransi jiwa syariah PT. AXA Mandiri Financial Service di Bank BSI KCP Labuan dalam beberapa bulan terakhir yang disediakan dalam bentuk tabel.

² Presiden RI, "UU RI No.40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian,"

Gambar 1.1 jumlah peserta asuransi dalam beberapa bulan terakhir



Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui bahwa pada bulan juli 2023 *Financial Advisor* di Bank BSI KCP Labuan memiliki peserta asuransi jiwa syariah sebanyak 42 peserta, kemudian pada akhir bulan september mengalami penurunan peserta suransi jiwa syariah menjadi 32 peserta, dan kemudian pada tanggal 19 oktober 2023 peserta asuransi jiwa syariah kembali meningkat menjadi 36 peserta³.

³ Fajriansyah, Financial Advisor PT. AXA Mandiri di Bank BSI KCP Labuan wawancara dengan penulis di kantornya, tanggal 18 November 2023.

Sebagai perusahaan yang bergelut dibidang layanan dan jasa tentunya memiliki prosedur layanan yang baik yang dijadikan panduan oleh pegawai yang tentunya Financial Advisor dalam melayani nasabahnya.

Menurut Kotler dan Killer Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas produk, dan kualitas lingkungan.⁴

Layanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam melayani penjualan barang atau jasa kepada pihak pembeli /konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen itu sendiri. Salah satu cara memberikan layanan terbaik kepada peserta asuransi yaitu dengan dengan cara menonjolkan kemampuan kita baik dalam perhatian, tindakan, pelayanan, tanggung jawab, serta sikap

⁴ Ni Kadek Tjintiadewi and I Ketut Rahyuda, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Wom Pasien Di Rsu Prima Medika," *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7, no. 11 (2018).

yang terkoordinasi dengan baik. Di era modern saat ini juga layanan yang baik tidak hanya diberikan secara langsung melainkan dapat melalui media online seperti via aplikasi, *e-mail*, *website*, hingga melalui media pribadi seperti *whatsapp*. Konsumen dapat merasakan layanan secara tidak langsung melalui media online tersebut.

Menurut Kotler, kualitas layanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan apapun dan terhadap siapapun.⁵ Kualitas layanan juga dapat diartikan sebagai cara melayani konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kepentingan konsumen harus dilindungi oleh perusahaan dalam memperoleh produk barang atau jasa yang dimilikinya. Setiap lembaga, organisasi atau perusahaan yang mempunyai pelayanan yang baik maka akan berdampak pada meningkatnya daya minat konsumen terhadap menggunakan

⁵ Philip and Kevin Lane Keller Kotler, *Marketing Managemen*, 15th Editi (Pearson Education, Inc, 2016).

layanan suatu produk atau jasa tersebut. Misalnya apabila suatu perusahaan memiliki kualitas layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan layanan yang diberikan perusahaan sehingga mereka akan melakukan pembelian berulang dan menyampaikan informasi kepada orang lain mengenai pelayanan yang memuaskan di perusahaan tersebut, sehingga hal tersebut akan membuat citra perusahaan dikenal lebih baik lagi. Apabila suatu kualitas layanan dari perusahaan sesuai dengan yang tertera di atas tetapi kontribusi layanan yang di berikan kepada konsumen relatif kecil maka itu akan berdampak pada tingkat layanan yang di berikan menjadi tidak signifikan sebagaimana yang diharapkan.

Menurut Hasan, Loyalitas konsumen merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek dimasa yang akan datang. Loyalitas merupakan sebuah komitmen pelanggan yang bertahan untuk tetap berlangganan atau untuk melakukan pembelian ulang produk barang maupun jasa

untuk dimasa yang akan datang.⁶

Ketika pelanggan mempercayai suatu perusahaan, maka mereka akan menjadi lebih loyal. Pelanggan yang mempercayai suatu perusahaan akan memiliki keyakinan pada kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang kompeten, memuaskan, dan dapat dipercaya. Ketika pelanggan memiliki keyakinan terhadap suatu produk dan suatu bisnis, mereka akan tetap bertahan selama bisnis tersebut dapat menyenangkan mereka dengan layanan dan barang yang berkualitas. Berusaha mencapai tujuan dengan menarik dan mempertahankan konsumen merupakan salah satu syarat sukses dalam pasar yang kompetitif.

Asuransi sebagai produk yang memberikan manfaat perlindungan dimana peranan manfaatnya semakin dapat dirasakan dan semakin penting keberadaannya bagi peserta, untuk itu dalam memilih produk dan perusahaan asuransi, nasabah akan sangat selektif dalam memilih dan terus

⁶ Hasan, S.E, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, (Yogyakarta: Cops, 2014) h. 63–69.

bertahan pada produk asuransi terpercaya serta pelayanannya yang memuaskan.⁷

Penulis menemukan penelitian terdahulu yang paling relevan dengan penelitian yang dilakukan penulis yang membahas tentang hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas peserta asuransi. Penelitian tersebut yaitu penelitian yang dilakukan oleh Aulia Monica Yusrizal pada tahun 2023 yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT Prudential Syariah Binjai. Penelitian tersebut menjelaskan bagaimana kualitas layanan secara menyeluruh dari perusahaan tersebut mulai dari fasilitas kantor, layanan para staf termasuk satpam sampai dengan fasilitas parkir yang disediakan yang dijadikan bahan penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah di PT Prudential Syariah Binjai.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan

⁷ Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulifindonesia – Surabaya," *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2014).

oleh Aulia Monica Yusrizal yang membahas mengenai sarana dan prasarana kualitas layanan perusahaan secara menyeluruh berpengaruh terhadap loyalitas peserta asuransi. Berbeda dengan judul penelitian yang diambil peneliti yaitu Pengaruh Kualitas Layanan *Financial Advisor* Terhadap Loyalitas Peserta Asuransi Jiwa Syariah, penelitian ini berfokus kepada kualitas layanan yang diberikan oleh *Financial Advisor* atau kualitas layanan yang diberikan secara individu kepada peserta asuransi jiwa syariah.

Mengenai kualitas layanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.⁸

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin membahas pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas peserta asuransi

⁸ Atep Adya Barata, “*Dasar-Dasar Pelayanan Prima*” (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), h. 36.

jiwa PT. AXA Mandiri Fianacial Service di Bank BSI KCP Labuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh financial advisor kepada peserta asuransi jiwa syariah. Atas dasar itulah maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul: ***“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PESERTA ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi PT. AXA Mandiri Financial Service di BSI KCP Labuan).”***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dan untuk mempermudah pembahasan, maka masalah yang diidentifikasi sebagai berikut:

Perusahaan menghadapi peningkatan dan penurunan jumlah dari peserta asuransi jiwa syariah dan memerlukan layanan yang tepat, upaya tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan financial advisor dapat mempengaruhi loyalitas peserta asuransi.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar peneliti fokus pada permasalahan tertentu. Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka peneliti hanya membatasi masalah hanya pada kualitas layanan *Financial Advisor* dan loyalitas peserta asuransi jiwa syariah PT. AXA Mandiri Financial Service di BSI KCP Labuan periode 2023-2024.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *Financial Advisor* terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah PT. AXA Mandiri Financial service di Bank BSI KCP Labuan?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan *Financial Advisor* terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah PT. AXA Mandiri Financial Service di Bank BSI KCP Labuan?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah PT AXA Mandiri Financial Service di BSI KCP Labuan.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah PT. AXA Mandiri Financial Service di BSI KCP Labuan.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kalangan akademisi dan praktisi untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan financia advisor terhadap loyalitas peserta asuransi.
2. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan atau bahan masukan tambahan bagi perusahaan asuransi dalam menyikapi masalah layanan terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah.

3. Bagi pegawai/*Financial advisor*, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada *financil advisor* dalam bekerja di sebuah perusahaan asuransi agar dapat meningkatkan daya jual dan loyalitas peserta.
4. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai manajemen dalam lembaga keuangan islam, khususnya menyangkut faktor kualitas layanan dan loyalitas peserta asuransi.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberi pemahaman dan gambaran yang sistematis dalam penulisan skripsi ini, penulis berpedoman pada penulis karya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan

Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai Kualitas Layanan, Financial Advisor, loyalitas peserta, Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis metode penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil Pengaruh Kualitas Layanan Financial Advisor Terhadap Loyalitas Peserta Asuransi Jiwa Syariah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan penulis serta dilengkapi dengan saran yang senantiasa bermanfaat baik bagi perusahaan yang di teliti maupun bagi pembaca.