

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia adalah Negara yang mayoritas penduduknya muslim. Oleh karena itu, dalam beberapa tahun belakangan ini telah banyak berdiri lembaga-lembaga keuangan yang sistem operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup tinggi, asuransi syariah merupakan usaha yang saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset yang memberi pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai syariah.

Asuransi syariah adalah sistem saling memikul risiko di antara sesama peserta, sehingga antara yang satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko yang muncul dengan prinsip saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengibahkan dana *tabarru'* atau dana kebajikan.

Dana *tabarru'* tersebut dihibahkan oleh peserta kepada kumpulan dana peserta asuransi syariah dan pengelolaannya diamanahkan kepada perusahaan asuransi dengan membayarkan sejumlah *fee* atau *ujroh* yang dikenal juga sebagai dana milik pengelola. Asuransi takaful merupakan lembaga keuangan yang menjalankan opрасinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan menghindari unsur *gharar* (ketidak pastian), *maisir* (judi), dan *riba* (bunga).¹

Pada dasarnya perusahaan asuransi dalam kegiatannya, secara terbuka mengadakan penawaran atau menawarkan suatu perlindungan atau proteksi serta harapan pada masa yang akan datang kepada individu atau kelompok-kelompok dalam masyarakat atau institusi-institusi lain, atas kemungkinan menderita kerugian lebih lanjut karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak tertentu atau belum pasti. Disamping itu, perusahaan asuransi juga memberi jaminan atas terpenuhinya pendapatan seseorang, karena dimana tempat yang bersangkutan bekerja tetap terjamin kelangsungan kehidupannya. Dengan demikian dapat

¹ Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), Hlm.3.

dikatakan kehadiran perusahaan asuransi dalam masyarakat itu jauh lebih bermanfaat bagi semua pihak dibandingkan dengan ke tidak hadirannya.²

Karena manusia tidak dapat mengetahui apa yang akan ia perbuat esok hari, dan manusia pun tidak mengetahui di tempat mana ia meninggal dunia. Manusia setiap waktu dihadapkan dengan sederet bahaya yang mengancam jiwa, harta, kehormatan, agama, dan tanah airnya. Manusia juga dihadapkan dengan beragam resiko kecelakaan, mulai dari kecekakaan transportasi udara, kapal hingga angkutan darat dengan beragam jenis, ditambah kecelakaan kerja, kebakaran, perampokan, pencurian, sakit, hingga kematian. Belum lagi ditambah dengan ancaman mental, seperti kegelisahan mental, ancaman globalisasi ekonomi, dan lain sebagainya.³

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi di negara lain. Padahal kita tahu

² Sri Reejeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), Hlm.7.

³ Husain Syahatah, *Asuransi Dalam Perspektif Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2006), Hlm.1.

bahwa potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas (80%) penduduk Indonesia beragama islam. Variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah kualitas produk, religiusitas dan keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah.

Apabila dimulai dari kualitas, maka kualitas ini merupakan satu kondisi yang sangat dinamis dan berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan. Sedangkan produk merupakan segala sesuatu dan dalam bentuk apapun yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.⁴ Sedangkan menurut Kotler dan Amstrong. Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat

⁴ Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Selamba Empat,2002), Hlm.274.

dengan nilai pelanggan. Dalam artian seperti kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.⁵

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang diinginkan dan dikehendaki pelanggan. Oleh karena itu, produk atau jasa dihasilkan harus terjangkau harganya dan kualitasnya bagus sehingga pelanggan puas dan tetap loyal terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, tanpa mengurangi nilai profit perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka produk atau jasa yang dihasilkan harus selalu dikendalikan sehingga selalu sesuai dengan permintaan pelanggan.

Keberagamaan atau religiusitas dapat diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), melainkan juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tetapi juga aktifitas yang tidak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Dengan demikian agama adalah sebuah sistem yang

⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Erlangga,2006), Hlm.272.

berdimensi banyak. Maka religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan akhirat.

Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek aqidah yaitu berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama.⁶

Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh asuransi untuk mengajak nasabah adalah dengan memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah bagian penting dari pemasaran, karena pemasaran adalah ilmu yang mengupayakan kiat-kiat untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk dan jasa yang ditawarkan.⁷ Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen.⁸

⁶ Alif Mulikhah Lestari, *Pengaruh Religiusitas Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*, Jurnal Ilmiah, (Malang,2015), Hlm.8.

⁷ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, (Bandung: ALFABET, 2016), Hlm.56

⁸ Irham Fahmi, *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*, Hlm.57.

Dari pemaparan tersebut di atas, untuk itu penulis tertarik untuk membahas skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH DI PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE CILEGON”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Adanya indikasi rendahnya keputusan nasabah dipengaruhi secara parsial oleh kualitas produk dan religiusitas.
- 2) Adanya indikasi rendahnya keputusan nasabah dipengaruhi secara simultan oleh kualitas produk dan religiusitas.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah pada Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Prudential Life Insurance Cilegon.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka yang menjadi permasalahan adalah:

- 1) Apakah kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah?
- 2) Apakah kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah.
- 2) Untuk mengetahui kualitas produk (X1) dan religiusitas (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dalam memilih asuransi syariah.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kegunaan atau manfaat sebagai berikut:

1) Akademisi

Dapat memberikan masukan dan sumbangan pemikiran bagi akademisi sebagai bahan informasi dalam penelitian selanjutnya dan sumber informasi untuk pihak-pihak berkepetingan.

2) Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber informasi untuk menjadikan pertimbangan dalam pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah di PT. Prudential Life Insurance Cilegon.

3) Penulis

Untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikuti masa perkuliahan dan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi (S1)

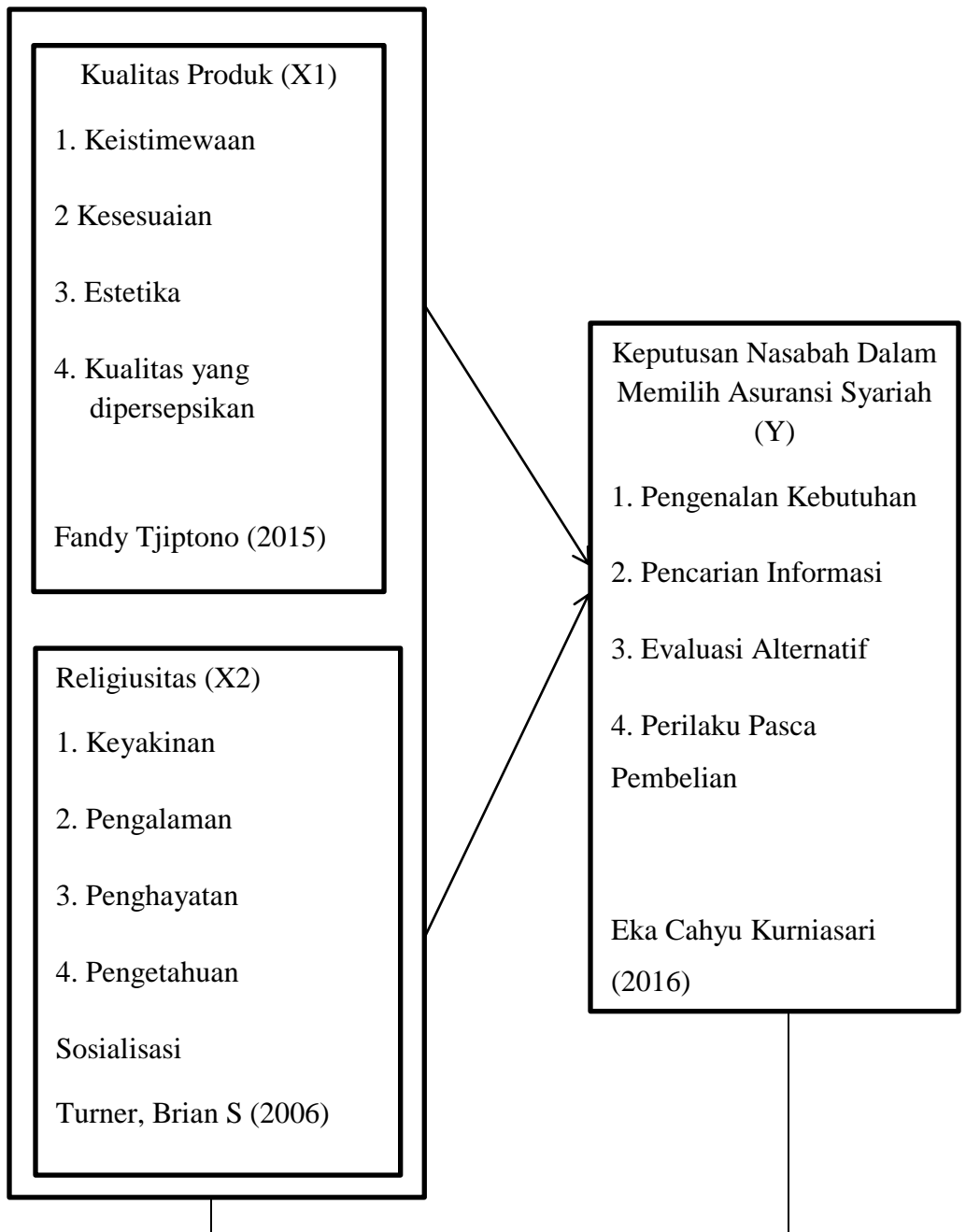
sarjana ekonomi bisnis islam. UIN Sultan Maulana
Hasanuddin Banten.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan.

Berdasarkan analisis peneliti yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya serta penjabaran teori masing-masing variabel, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab.

Adapun rincian masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang pengertian kualitas produk, mengukur kualitas produk, dimensi kualitas produk, pengertian religiusitas, dimensi religiusitas, faktor-faktor pengaruh religiusitas, pengertian keputusan nasabah, faktor-faktor pengaruh keputusan nasabah, pengertian asuransi syariah, landasan hukum asuransi syariah, prinsip-prinsip dasar asuransi, penelitian terdahulu dan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, jenis metode penelitian, variabel

dan definisi operasional, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data, dan hipotesis statistika.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, pengujian persyaratan analisis, analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini adalah bab terakhir yang membuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti dan memberikan sarana yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh informasi dan memberikan solusi atas permasalahan tersebut.