

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, tidak dipungkiri bahwa persaingan antara perusahaan semakin kuat. Berbagai macam perusahaan yang ada di Indonesia berlomba-lomba untuk menjadikan daya saing yang tinggi dan unggul dalam dunia bisnis dan ekonomi. Persaingan antara perusahaan tersebut tidak terkecuali dengan perusahaan jasa asuransi semakin maraknya perusahaan asuransi di Indonesia membuat persaingan sangat ketat untuk menjadikan eksistensinya di dunia perasuransian. Setiap manusia yang normal pasti mempunyai cita-cita untuk selalu meningkatkan atau memperbaiki taraf hidupnya guna mengejar kesejahteraan jasmani maupun rohani. Namun ukuran kesejahteraan ini adalah relatif, artinya kesejahteraan yang satu dengan yang lain adalah berbeda. Sudah barang tentu memperjuangkan bagi dirinya tidak lepas dari risiko yang mungkin datang. Salah satu penanganan resiko tersebut dengan

mengalihkannya kepada pihak lain yang bersedia untuk menerimanya, yaitu dengan mengadakan perjanjian asuransi.¹

Asuransi adalah suatu kesepakatan bersama antara anggota masyarakat untuk saling menjamin dan menanggung dengan cara mengumpulkan uang dan membuat sebuah tabungan dana keuangan bersama yang digunakan sebagai dana bantuan bagi seseorang yang ditimpa kesusahan. Hal ini dilakukan sebagai suatu usaha untuk menghadapi peristiwa yang ditimpa kesusahan yang mungkin akan terjadi yang menimpa seseorang dan membawa kerugian.²

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

¹ Sri Rejeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 70

² Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gaung Pesada Press Group, 2014), 1.

waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.³

Asuransi jiwa ini juga dapat diistilahkan pula dengan pertanggungan jiwa, yang menurut Purwosutjipto berarti perjanjian timbal balik antara penutup (pengambil) asuransi dengan penanggung, di mana penutup asuransi mengikatkan diri selama jalannya pertanggungan dengan cara membayar uang premi kepada penanggung, sedangkan penanggung, sebagai akibat langsung dari meninggalnya orang yang jiwanya dipertanggungkan atau telah lampaunya suatu jangka waktu yang diperjanjikan, mengikatkan diri untuk membayar sejumlah uang tertentu kepada orang yang ditunjuk oleh penutup asuransi sebagai peminatnya. Sedangkan yang dimaksud dengan asuransi kerugian berdasarkan KUHD dan UU Nomor 2 Tahun 1992 adalah suatu perjanjian, dengan mana seseorang penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima suatu premi untuk memberikan pengganti kepadanya karena suatu

³ UU RI No.40 Tahun 2014 *Tentang Perasuransian*

kerugian atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu.

Dari definisi kedua jenis tersebut dapat diketahui perbedaannya, yakni tereletak dari hal yang dipertanggungkan. Yang dipertanggungkan dalam asuransi jiwa adalah orang yang jiwanya dipertanggungkan (peserta asuransi atau orang lain yang ditunjuk oleh peserta asuransi), sedangkan yang dipertanggungkan dalam asuransi kerugian adalah barang (harta) milik peserta asuransi yang mungkin dapat diserang bahaya dan yang merugikan tertanggung (peserta asuransi).⁴

Sebagai lembaga yang telah berdiri puluhan tahun, AJS Bumiputera 19121 Cabang Serang tentunya juga memiliki kualitas pelayanan yang baik yang dijadikan panduan oleh pegawainya dalam melayani nasabah.

Untuk mewujudkan kekebalan daya tarik dari pesaing dan tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan jenis lainnya. Maka sangat diperlukannya loyalitas dari peserta asuransi syariah, ada beberapa faktor yang mempengaruhi

⁴ Yadi Janwari, *Asuransi Syariah*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005), 54-55

loyalitas peserta diantaranya kualitas pelayanan, promosi, kemudahan akses dan lain-lain.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan pelayanannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memperbaiki citra pelayanan kepada konsumen yang semakin terpuruk. Konsumen harus dilindungi kepentingannya dalam memperoleh produk atau jasa yang dibelinya. manfaat kualitas pelayanan untuk mengukur tingkat keunggulan suatu produk, jasa yang melalui beberapa indikator seperti bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, empati dan jaminan. Suatu lembaga atau organisasi yang baik jika mempunyai pelayanan service yang baik kepada para konsumennya sehingga mampu meningkatkan daya minat konsumen dalam memilih atau menggunakan suatu produk atau jasa tersebut. Dengan tingkat pelayanan perusahaan sebagaimana dimaksud pada pembahasan tersebut diatas, serta kontribusi pelayanan yang diterima konsumen yang sedemikian kecil, telah

menjadikan tingkat pelayanan yang diberikan tidak memiliki signifikansi sebagaimana diharapkan. Hal tersebut berimplikasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf pelayanan. Kajian yang dilakukan secara deskriptif kuantitatif terhadap kinerja staf pelayanan dan peningkatan nasabah dalam hal ini, merupakan faktor-faktor yang sangat berpengaruh terhadap pelaksanaan tugas pelayanan di lingkungan perusahaan.

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dari keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga standar:

1. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen sewaktu menilai kualitas layanan.

2. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatutnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan bakal diterima.
3. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.⁵ Faktor yang mempengaruhi kualitas layanan ada dua: *expected service* dan *perceived service*.

Untuk memenangkan persaingan industri dan ingin terus berkembang, maka suatu perusahaan harus mengevaluasi diri salah satunya dengan meningkatkan pelayanan. Meningkatkan pelayanan merupakan keinginan setiap perusahaan, sehingga merupakan faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Peserta yang puas terhadap produk atau jasa pelayanan, cenderung untuk melakukan pembelian kembali jasa tersebut pada saat keinginan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini peningkatan merupakan faktor kunci bagi nasabah dalam

⁵ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017), 89

melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Pelayanan yang membuat loyalitas peserta asuransi menjadi meningkat adalah pelayanan yang berpihak kepada peserta. Jika pelayanan yang berpihak kepada peserta, maka peserta akan merasa bahwa kepentingannya diperhatikan. Peningkatan loyalitas peserta dilandasi oleh berbagai faktor antara lain kualitas pelayanan.⁶

Pelayanan kepada pelanggan dengan konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan mampu memberikan kepuasan yang optimal.

Upaya memberikan layanan yang terbaik dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap,

⁶ Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Reka Cipta, 2015), 62

penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab yang baik dan terkoordinasi.

Berbicara mengenai kualitas pelayanan, 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-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.⁷

Dari latar belakang masalah di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul: ***“PENGARUH KULAITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PESERTA ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Cabang Serang).***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan melayani nasabah dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan

⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), 36

2. Perusahaan menghadapi penurunan loyalitas dari peserta asuransi jiwa syariah perlu pelayanan yang tepat, upaya ini dilakukan dengan maksud untuk mencari informasi tentang faktor-faktor loyalitas peserta.

C. Pembatasan Masalah

Batasan masalah diperlukan agar fokus pada permasalahan tertentu. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka penulis membatasi masalah hanya pada kualitas pelayanan dan loyalitas peserta AJS Bumiputera 1912 kantor Cabang Serang.

D. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta pada PT AJS Bumiputera?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta pada PT AJS Bumiputera?

E. Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi atau bahan masukan tambahan bagi perusahaan dalam menyikapi masalah pelayanan atau kontribusi asuransi jiwa syariah dalam menentukan peningkatan loyalitas peserta asuransi jiwa syariah.

2. Bagi pegawai

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan yang lebih banyak kepada pegawai dalam bekerja di sebuah perusahaan asuransi agar dapat meningkatkan daya jual lebih tinggi.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai manajemen lembaga keuangan Islam secara riil khususnya yang menyangkut faktor kualitas pelayanan dan loyalitas peserta asuransi jiwa syariah.

4. Bagi Akademis

Penulis diharapkan menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan.

F. Tujuan Penelitian

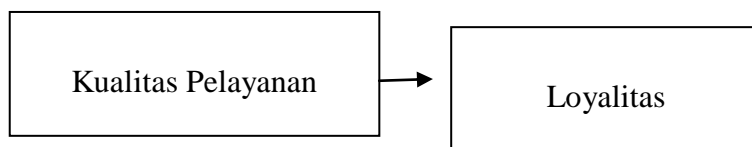
Berdasarkan uraian rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta pada PT AJS Bumiputera.
2. Untuk menganalisis Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas peserta pada PT AJS Bumiputera.

G. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan pelayanannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memperbaiki citra pelayanan kepada konsumen yang semakin terpuruk.

Untuk mewujudkan kekebalan daya tarik dari pesaing dan tidak mudah terpengaruh oleh tarikan persaingan perusahaan jenis lainnya. Maka sangat diperlukannya loyalitas dari peserta asuransi syariah.



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas peserta asuransi jiwa syariah. Artinya, ketika kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkat juga loyalitas peserta asuransi jiwa syariah.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi-materi yang terdapat dalam skripsi ini, penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima bab, dimana tiap bab terbagi

lagi menjadi sub bab kemudian tiap-tiap sub mempunyai beberapa sub. Sub bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas Latar Belakang Masalah, Pembatasan Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini membahas tentang Pengertian Pelayanan, faktor-faktor yang mempengaruhi Pelayanan, Hipotesis, Kerangka Berfikir, dan Mengukur Pelayanan dan Peningkatan Jumlah Nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang Metodologi Penelitian yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum Perusahaan dan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas tentang Kesimpulan dan Saran yang dapat penulis ajukan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan.