BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era perdangan bebas saat ini, perusahaan dihadapkan pada persaingan yang semangkin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing hingga memenangkan persaingan tersebut. Kepuasan konsumen memegang peranan sangat penting dalam kesuksesan dari sebuah perusahaan untuk dapat bersaing. Kepuasan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sumber keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Dari perpektif konsumen, banyak keluhan dan hak-hak konsumen yang diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang kurang ramah dan lambat, fasilitas yang kurang memedai, lokasi yang kurang strategis atau sulit dijangkau, promosi yang tidak terlalu jelaas yang dapat merugikan konsumen, serta rendahnya kualitas produk dan jasa.

Adanya perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh konsumen yang apabila tidak dianti sipasi dengan baik oleh perusahaan maka akan menyebabkan konsumen akan mencari perusahaan lain yang memenuhi harapan konsumen.

Hal ini tentu saja akan mengakibatkan kerugian untuk perusahaan yang ditinggalkan. Merupakan sebuah lembaga bisnis yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam untuk memenuhi kebutuhan peserta, hendaknya dioperasionalkan seiring dengan perkembangannya zaman,banyak berdiri lembaga atau perusahaan bahkan atas nama individu yang menjalankan bisnis dan jasa. Semangkin banyak pesaing, maka semakin banyak pilihan bagi konsumen. Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen adalah Asuransi Syariah. Perusahaan asuransi Syariah hadir guna memenuhi kebutuhan memenuhi peserta nya. Semakin banyak bermunculan perusahaan-perusahaan Asuransi untuk bersaing satu sama lain untuk menarik minat peserta dalam menggunakan jasa Asuransi.[1] Pesatnya perkembangan perusahaan Asuransi

yang telah memiliki hukum dan memadai maka mulai banyak muncul Asuransi yang berlandaskan hukum Islam. Asuransi sesuai dengan yang dikehendaki oleh prinsip-prinsip syariah sesuai dengan UU No.21/2008 Tentang pedoman Asuransi Syariah.[2]

Sebagai bentuk usaha mempertahankan peserta, Asuransi harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut dapat mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan Asuransi dalam memberi pelayanan kepada peserta. Pelayanan yang diberikan kepada peserta akan mencerminkan baik tidaknya Asuransi tersebut dimata peserta. Dengan demikian dapat disimpukan bahwa pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi suatu keputusan peserta terhadap suatu Asuransi dan juga perusahaan lain yang bergerak dibidang jasa.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen dapat dilihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara

langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, temasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan pada penentuan kegiatan-keguatan tersebut.[3] aktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan peserta adalah fasilitas. Fasilitas merupakansalah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan peserta dalam memilih suatu perusahaan jasa, maka sebaiknya Asuransi atau perusahaan yang bergerak produkbisnis dan jasa memperhatikan betul fasilitas-fasilitas yang akan digunakan demi memberikan kenyamanan bagi nasabah guna mempertahankan bahkan meningkatkan jumlah peserta yang membeli produk atau jasa dari perusahaan tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan adalah lokasi. Semangkin mudah suatu perusahaan dijangkau lokasi dari suatu perusahaan akan mempengaruhi konsumen untuk lebih memilih perusahaan tersebut. Jarak yang dekat dengan pusat keramaian atau mudah diakses adalah hal yang harus diperhatikan perusahaan, dengan begitu konsumen akan lebih menggunakan jasa dari perusahaan yang mudah dijangkau oleh

konsumen. Hal ini dapat mempertahankan peserta untuk terus membeli produk dan jasa perusahaan tersebut.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi keputusan adalah promosi. Dalam mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan, perusahaan harus bisa menyakinkan dan mengkomunikasikan atau mengiklankan produk-produk dan jasa-jasanya sehingga nantinya akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi yang baik promosi yang menggunakan segala unsur acuan pemasaran dalam mempengaruhi konsumen. Selanjutnya faktor produk merupakan faktor yang juga mempengaruhi suatu keputusan. Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi barupada produk yang ditawarkan Asuransi Syariah.[4] Yang membedakan Asuransi Konvensional dan Asuransi Syariah adalah atribut-atribut khusus yang melekat pada Asuransi Syariah,seperti tidak ada unsur riba, sistem bagi hasil dan sistem unsur judi untuk investasi yang halal serta melalukan aktivitas sesuai syariah.

Atribut-atribut produk islam ini yag menjadi alasn utama para peserta memilih produk syariah. Dengan demikian

Asuransi Syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas demi memuaskan konsumen dan menawarkan produk-produk yang lebih inovatif dan variatif memilih lokasi yang lebih strategis dan mudah dijangkau, serta mempromosikan produk-produk yang ditawarkan lebih baik lagi. Selain itu, tentu saja dengan menjaga kemurnian syariah dari atribut-atribut produk sesuai Al-Quran dan Hadist.

Ditengah perkembangan industri Asuransi Syariah, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan untuk menjadi peserta berdasarkan faktor budaya, lokasi, fasilitas, pelayanan, promosi dan produksi. Dalam penelitian ini objek penelitian ini adalah PT. Sun life Financial Syariah. PT. Sun life Financial Syariah merupakan salah satu lembaga usaha dalam bidang jasa. Hal ini dikarenakan Asuransi Sun life Financial Syariah merupakan cabang Syariah dari unit yang kantornya berpusat Di Tangcity Business Park blok A-23, JL. Jendral Sudirman No.1, RT.005/RW.005, Babakan, Kec. Tangerang Kota Tangerang – Banten.

Dengan tingkat pesaing antar Asuransi yang semakin ketat

serta keuanggulan- unggulan yang dimiliki antar Asuransi, mendorong Asuransi Sun life Financial Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas produk dan serta mempromosikan produk yang ditawarkan dengan lebih inovatif. Dalam upaya membagun peserta, Asuransi Sun life Financial Syariah diharapkan mampu meningkatkan kualitas sumber daya insani sebagai kekuatan penting dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan.

Pengembangan dan peningkatan profesional menjadi hal yang mutlak yang akan berpengaruh dalam memberikan pelayanan prima kepada peserta yang merupakan salah satu strategi bisnis Sun Life Financial Syariah untuk memenangkan persaingan bisnis. Layanan prima merupakan budaya yang diterapkan Sun Life Financial diseluruh unit Sun Life Financial. Layanan prima melakukan pendekatan secara profesional, ramah tamah, kekeluargaan dan menjunjung tinggi etika bisnis

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENJADI PESERTA**

ASURANSI SYARIAH PT. SUN LIFE FINANCIAL SYARIAH.

(Studi Kasus di PT. Sun life Financial Syariah cabang Kota Tangerang)

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka diatas rumusan masalah nya adalah :

1. Bagaimana analisis yang mempengaruhi keputusanmenjadi peserta asuransi syariah PT. Sun Life Financial?
2. Seberapa besar tingkat faktor-faktor yang utama yang menjadi peserta asuransi syariah PT. Sun Loofe Financial?
3. Bagaimana faktor penunjang yang mempengaruhi asuransi syariah?

C. Fokus Penelitian

Dalam suatupenelitian, batasan ruang lingkup penelitian penting diterapkan. Dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari materi yang akan diteliti. Selain untuk mempermudahkan peneliti fokus terhadap penelitian yang akan

dilakukan dan juga bertujuan agar pembahasan materi tidak melebar atau terlalu luas apa yang diteliti, mengingat dengan keterbatasan waktu, tenaga pikiran dan sebagainya. Maka peneliti memberikan fokus penelitian tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi peserta asuransi syariah (Studi kasus PT. Sun Life Financial Syariah Cabang Kota Tangerang).

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan menjadi peserta asuransi syariah
2. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang dominan atau yang utama yang mempengaruhi keputusan menjadi peserta asuransi syariah
3. Untuk mengetahui faktor penunjang yang mempengaruhi asuransi syariah

E. Manfaat Penelitian

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. **Secara Teoritis**

Secara teoritis dari penelitian ini diharapkan mampu memperkaya keilmuan asuransi khususnya dibidang pemasaran bisnis syariah, selain itu pula, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu referensi tentang faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi peserta asuransi, bagi pihak-pihak yang menekuni bisnis syariah yang berkeinginan memasyarakatkan bisnis syariah dan mensyariahkan bisnis masyarakat.

2. **Secara Praktis**

Manfaat yang dirasakan dari penelitian ini, dapat manambah khasanah pengetahuan dan wawasan dibidang asuransi syariah umumnya, dan khususnya sebagai sumber informasi sebsgai penelitian-penelitian yang akan datang serta memberi konstribusi keilmuan bagi semua aktivitas akademik dalam bidang Asuransi Pada PT. Sun Life Financial Syariah

cabang Kota Tangerang).

F. Kerangka Pemikiran

Dengan memperhatikan fakta yang ada, asuransi syariah di Indonesia dimulai sejak tahun 1991. Regulasi yang dikeluarkan baik oleh pemerintah semakin lengkap dan sangat kondusif untuk mendukung pertumbuhan Asuransi syariah dengan potensi market yang sangat besar dimana mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim terbesar. Namun potensi market tersebut belum menjadi real demand bagi Asuransi syariah yang terlihat dari market share yang dikuasai oleh Asuransi syariah secara nasional baru mencapai kurang dari 3% dibanding Asuransi konvensional.

Dengan demikian diperlukan analisis lebih lanjut mengenai bagaimana bauran pemasaran produk Asuransi syariah padaSun Life Financial. Dengan landasan pelarangan sistem riba dalam aktivitas Asuransi maka seharusnya secara otomatis peserta akan memilih Asuransi syariah dalam melaksanakan transaksi Asuransi.

Faktanya bahwa Asuransi syariah yang ada saat ini khususnya di Sun Life Financial belum menjadi daya tarik peserta dalam memilih untuk bertransaksi dengan Asuransi maka penulis memandang masih ada hal-hal lain yang memerlukan analisis lebih lanjut mengenai masih rendahnya peserta menggunakan jasa Asuransi syariah, dalam hal ini penulis ingin menganalisis dari sudut pandang bauran pemasaran produk Asuransi syariah pada Sun Life Financial kota Tangerang. Kehadiran Asuransi syariah tidak secara otomatis membuat peserta beralih menggunakan produk dan jasa Asuransi syariah. Dengan landasan teori dari Philip Kotler (2009) dalam bukunya Manajemen Pemasaran akan membantu penulis dalam menganalisa bauran pemasaran produk Asuransi syariah pada Sun Life Financial di kota Tangerang yang akan digunakan dalam penelitian ini.

G. SistematikaPenulisan

Untuk menyusun tugas akhir ini peneliti membahas dan menguraikan masalah, yang dibagi dalam lima bab. Adapun maksud dari pembagian tugas akhir ini ke dalam bab - bab dan

sub bab adalah agar untuk menjelaskan dan menguraikan setiap permasalahan dengan baik.

Bab l Pendahuluan, Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II Landasan Teori, Bab ini akan membahas tentang kajian teori yang berisi tentang tinjauan peneliti terdahulu, pemahaman konsep jasa, konsep kepuasan pelanggaran dan kualitas pelayanan dalam perspektif islam dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, Bab ini berisi menguraikan tentang lokasi penelitian, metode penelitian, variabel-variabel, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data,dan teknik analisis data.

Bab IV Analisa Hasil Penelitian, Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan, Bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengelolaan data.

Bab V Penutup, Bab ini akan dipaparkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan memberi sarandari hasil penelitian tersebut.