# BAB I

# **PENDAHULUAN**

# A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini mulai banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan yang mana ada dua lembaga keuangan yang kita ketahui yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Dengan banyaknya lembaga keuangan yang mulai bermunculan apalagi dengan nama-nama atau dengan logo tertentu membuat masyarakat bingung memilih mana lembaga keuangan yang baik dan dapat dipercaya untuk menitipkan atau mengelola keuangan mereka.

Asuransi merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang keberadaannya di butuhkan masyarakat untuk mengurangi resiko sehingga beban yang diderita bisa terkurangi. Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan rumah tangga dalam menghadapi resiko yang mendasar seperti resiko kematian dan dalam menghadapi atas dasar benda yang dimiliki. Dalam dunia usaha asuransi juga sangat penting untuk menghadapi resiko yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan. <sup>1</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Siska Wahyu Darusman, Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Memilih Asuransi Pada

Asuransi di Indonesia telah ditetapkan dalam Undangundang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian<sup>2</sup>.

"Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian Antara dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan. Atau, tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan, "sedangkan, ruang lingkup Usaha Asuransi, yaitu usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberi pelindungan kepada masyarakat pemakai iasa terhadap anggota asuransi kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang".

Salah satu contoh perusahaan asuransi adalah PT. Asuransi Bumiputera Muda cabang Serang, salah satu produknya yaitu asuransi sehatkoe. Asuransi Sehatkoe dirancang untuk memberikan perlindungan kepada peserta terhadap risiko-risiko rawat inap baik akibat sakit maupun kecelakaan.

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulungagung (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2018), h. 1

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Muhammad Syakir Sula, Asuransi Syariah, (Life and General), (Jakarta: Gema Insani, 2004), h.27

Berikut adalah data perkembangan jumlah peserta asuransi Bumiputera produk sehatkoe cabang serang tahun 2014-2019.

Tabel 1.1

| 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------|------|------|------|------|------|
| 61   | 9    | 4    | 24   | 9    | 1    |

Sumber: Asuransi sehatkoe Bumiputera serang

Meskipun asuransi bumiputera sudah dikenal dikalangan masyarakat, proses sosialisasi kepada masyarakat harus gancar dilakukan. Hal itu disebabkan masih banyak masyarakat yang belum mengenal dan mengetahui produkproduk yang dikembangkan oleh asuransi dan sistem yang diterapkan didalamnya dan juga mulai banyak lembaga-lembaga yang mulai bermunculan sebagai pesaing.

Untuk menghadapi persaingan antara lembaga asuransi perlu adanya strategi pemasaran, karena pemasaran merupakan yang baik maka akan banyak peserta yang mengikuti produk dari perusahaan asuransi tersebut. Salah satu keputusan pemasaran yang penting dalam strategi produk adalah keputusan tentang merek. Hal ini dikarenakan pada saat ini aspek-aspek pemasaran tidak hanya mengarah pada fungsi produk saja, tapi akan lebih fokus akan persaingan merek.<sup>3</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Mohammad Rizan, dkk, 'Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyality Teh Botol Sosro' (*Jurnal Riset Manajemen Sains* 

Jika suatu merek tersebut mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan iaminan memberikan kualitas pada setiap kesempatan penggunaanya, serta merek tersebut diproduksi oleh perusahan yang memiliki reputasi, maka konsumen akan semakin yakin akan pilihannya dan konsumen akan memiliki kepercayaan pada merek, menyukai merek, serta menganggap merek tersebut sebagai bagian dari dirinya. Dengan demikian kesetiaan merek akan lebih mudah untuk di bentuk dan perusahaan akan memiliki nama merek yang memiliki kesetiaan konsumen yang kuat merek kepercayaan akan menentukan konsumen terhadap merek dan kepercayaan akan berpototensi menciptakan hubungan-hubungan yang bernilai tinggi.

Nilai penting dari suatu merek adalah terwujudnya kesadaran (awareness) akan keberadaan merek-merek itu sendiri, dimana hal tersebut menjadi tolak ukur bahwa peserta/nasabah sangat mengenal dan memahami produk perusahaan jasa tersebut. Citra merek bagi perusahaan jasa seperti asuransi sangat penting karena citra merek yang positif akan membantu perusahaan mencapai kinerja yang lebih tinggi dalam penjualan<sup>4</sup>.

Dalam meningkatkan dan mempertahankan peserta asuransi, Bumiputera muda Syariah perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada peserta ataupun calon

Indonesia) Vol 3 no. 1. (2012), https://scholar.google.com/, diunduh pada 25 November 2019, pukul 15.20 WIB.

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Muhammad Faiq Quraisyin, Pengaruh Harga Premi, Kualitas Pelayanan,..., h.2

peserta. Perusahaan asuransi yang mampu memperlakukan pesertanya dengan baik dapat mempertahankan posisinya dalam dalam industri pelayanan jasa, tenaga penjual dengan tingkat keahlian dan kekuatan referensi terhadap produk yang tinggi dipandang lebih bisa dipercaya oleh pelanggan. Agen penjualan diharuskan untuk mampu mengarahkan peserta dalam memilih produk sehingga tarif premi yang dibayarkan oleh peserta sesuai kemampuannya.

Pelayanan peserta diberikan oleh berbagai pihak yaitu customer service ataupun dari agen, tugas utamanya adalah memberikan pelayanan dan membina pelayanan, melayani para nasabah dan selalu berusaha menarik dengan cara menyakinkan para calon nasabah dengan baik Dalam pelayanan kemampuan untuk memberikan jasa dengan akurat dan mempunyai wawasan terhadap produk serta bertutur kata dengan keramahan, dalam memberiakan pelayanan, kesopanan kemampuan menanamkan kepercayaan nasabah juga merupakan salah satu mutu dari sebuah pelayanan yang baik. Sehingga apabila sebuah lembaga mempunyai mutu pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi keputusan dari para nasabah itu sendiri dan akan memunculkaan sifat keloyalan dari nasabah.

Kenyataanya pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, di samping akan mampu mempertahankan nasabah yang ada untuk terus mengkonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta

akan mampu pula untuk menarik calon nasabah baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan *image* perusahaan sehingga citra perusahaan di mata nasabah terus meningkat.

Dalam lembaga keuangan syariah kepuasan nasabah adalah salah satu yang diutamakan, karena hal itu yang menentukan berhasil gagalnya suatu usaha lembaga. Peserta yang tidak puas tidak akan lagi memilih jasa lembaga keuangan syariah yang sama, apalgi didukung dengan banyaknya pilihan jasa lembaga keuangan syariah lain (pesaing), sehingga membuat peserta memiliki banyak perbandingan untuk memilih lembaga keuangan mana yang lebih sesuai dengan selera keinginannya. <sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Peserta (Studi Kasus Pada Produk Asuransi SehatKoe PT Bumiputera Muda 1967 Syariah Cabang Serang)"

#### B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis mengidentifikasikan beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Peserta (Studi Kasus Pada

\_

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup>Abdul Warits, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsipprinsip Syariah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syariah (Studi Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang)," (Skripsi Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang, 2009)

Produk Asuransi SehatKoe PT Bumiputera Muda 1967 Syariah Cabang Serang) untuk menjadi topik penelitian.

### C. Batasan Masalah

Luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkupnya agar penelitian menjadi lebih terarah, terfokus, dan tidak menyimpang dari sasaran pokok penelitian serta dapat mempermudah proses analisa itu sendiri, oleh karena itu, peneliti memberikan pembatasan masalah yaitu pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan peserta pada produk asuransi sehatkoe PT Bumiputera Muda 1967 syariah cabang Serang

# D. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar bealakang masalah diatas, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan peserta pada produk asuransi sehatkoe PT Bumiputera Muda 1967 syariah cabang Serang?

# E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan peserta pada produk asuransi sehatkoe PT Bumiputera Muda 1967 syariah cabang Serang?

### F. Manfaat Penelitian

# 1. Bagi Para Akademisi

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi akademisi khusunya terkait variabel yang diteliti. Untuk menambah *literature* atau bahan referensi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

# 2. Bagi Pihak Asuransi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dalam mengembangkan asuransi syariah dan dapat mengetahui bagaimana variabel seperti kualitas pelayanan dan citra merek dalam mempengaruhi kepuasan peserta pada asuransi sehatkoe sehingga pihak asuransi dapat meningkatkan pelayanan dan perkembangan asuransi di Indonesia semakin pesat.

# 3. Bagi Penulis

Peneitian ini sebagai bahan acuan pembelajaran teori maupun praktek dalam tinjauan data secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berguna bagi penulis untuk dapat memahami secara mendalam terkait dengan variabel yang diteliti.

### G. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematik penulisan skripsi ini tertuang dalam lima bagian yang tersusun dalam bab-bab yang mana satu sama

lain saling berkaitan, dan setiap bab terdiri dari sub-sub bab. Agar dapat memberikan gambaran secara garis besarnya sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan, Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, indetifiksi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, Kajian Pustaka, bab ini membahas tentang pengertian asuransi syariah, tujuan asuransi syariah, landasan hukum asuransi syariah, prinsip-prinsip asuransi syariah, pengertian kualitas pelayanan, ciri-ciri pelayanan yang baik, dimensi kualitas pelayanan, merek, pengertian citra merek, manfaat merek, fungsi merek, faktor-faktor terbentuknya citra merek, pengertian kepuasan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan, teknik pengukuran kepuasan peserta, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III Metode penelitian, bab ini berisi tentang metode penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, metode analisis data, serta teknis analisis data.

Bab IV Hasil penelitian dan Pembahasan, pada bab ini dijelaskan memgenai gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, analisis data, dan interprestasi hasil sesuai dengan teknik analisis yang digunakan. Bab V Penutup, Bab, ini berisi tentang kesimpulan dan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan berdasarkan kesimpulan tersebut akan diberikan saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti.