

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu kegiatan usaha yang paling dominan dan sangat dibutuhkan keberadaannya di dunia ekonomi dewasa ini adalah kegiatan usaha lembaga keuangan. Kondisi membawa kesadaran baru untuk menerapkan prinsip dan nilai-nilai syariah dalam kehidupan nyata.<sup>1</sup>

Adanya perusahaan asuransi yang merupakan suatu pertanggung jawaban dan perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, yang mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung, yang disebabkan oleh kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan oleh suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggung jawabkan. Dapat dikemukakan bahwa

---

<sup>1</sup> Germala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan perasuransian syariah diindonesia*, (Jakarta; Kencana, 2007). h, 51-53

pada dasarnya asuransi atau pertanggungan itu merupakan suatu ikhtiar dalam rangka menanggulangi adanya risiko.<sup>2</sup>

Lembaga asuransi sebagaimana dikenal sekarang sesungguhnya tidak dikenal pada masa awal Islam, akibatnya banyak literature Islam menyimpulkan bahwa asuransi tidak dipandang sebagai praktik yang halal. Walaupun secara jelas mengenai lembaga asuransi ini tidak dikenal pada masa Islam, akan tetapi terdapat

beberapa aktivitas dari kehidupan masa Rasulullah yang mengarah pada prinsip-prinsip asuransi. Hakikat asuransi secara Islami adalah saling bertanggung jawab, saling bekerja sama atau bantu-membantu dan saling melindungi penderitaan satu sama lain. Oleh karena itu berasuransi diperbolehkan secara syariat, karena prinsip-prinsip dasar syariat mengajak kepada setiap sesuatu yang berakibat keeratan jalinan sesama manusia dan kepada sesuatu yang meringankan bencana mereka.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah Diindonesia*.(Jakarta;PT. Charisma Putra,Kencana. 2015). h, 79-80

<sup>3</sup> Germala Dewi, *Aspek-aspek...h*, 137

Saat ini perusahaan asuransi tidak hanya menawarkan produk yang terkait perlindungan saja, tetapi juga menawarkan produk perlindungan dengan unsur investasi.<sup>4</sup>

AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi besar berbeda dari perusahaan lainnya, karena sejarah panjang dan latar belakangnya, status mutualnya, kepemilikan Indonesia dan pengetahuan unik tentang hubungannya dengan para pemegang polis. AJB Bumiputera memahami pentingnya hubungan personal antara klien dan penasihat keuangan mereka, serta menyediakan berbagai solusi khusus untuk memenuhi semua kebutuhan klien. AJB Bumiputera sangat peduli dengan kesejahteraan para pemegang polisnya, produk syariah yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan spesifik orang Indonesia dan membantu mereka mewujudkan impian, jutaan orang bermimpi mengunjungi baitullah dan produk Mitra Maburr (Bumiputera Maburr) membantu mewujudkan impian tersebut.

Mitra Maburr tidak hanya mengembangkan dana haji, tetapi juga menyediakan dana bagi hasil (mudharabah) dan

---

<sup>4</sup> Dewa P. K Mahardika. *Mengenal Lembaga Keuangan*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015). h, 263

asuransi perlindungan, memungkinkan para peserta menunaikan ibadah haji dengan tenang tanpa mencemaskan keluarga dirumah, akad Tabarru' adalah akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari satu peserta kepada dana Tabarru' untuk tujuan tolong menolong diantara para peserta.

Akad wakalah bil ujah adalah akad antara peserta secara kolektif atau individu dengan perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada perusahaan sesuai kuasa atau wewenang yang diberikan, dengan imbalan berupa ujah, akad mudharabah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada perusahaan sebagai mudharib untuk mengelola investasi dana Tabarru', dengan imbalan berupa bagi hasil (nisbah) yang besarnya sebagai berikut:

1. Investasi Dana Tabarru' dengan komposisi 70% Dana Tabarru' dan 30 % Perusahaan
2. Investasi dana Pemegang Polis dengan komposisi 70% untuk Pemegang Polis dan 30% Perusahaan

Ragam Manfaat Mitra Mabru Plus :

Melalui Mitra Mabrus Plus keuntungan-keuntungan yang akan Anda dapatkan meliputi :

1. Apabila Peserta hidup sampai akhir Masa Asuransi, maka pemegang polis akan memperoleh saldo dana investasi pemegang polis
2. Apabila peserta meninggal dunia dalam masa Asuransi, maka penerima manfaat akan menerima santunan kebajikan sebesar manfaat asuransi dan saldo dana Investasi pemegang polis. Apabila pemegang polis mengundurkan diri sebelum akhir masa Asuransi, maka pemegang polis akan menerima saldo dana Investasi pemegang polis Mitra Mabrus Plus.<sup>5</sup>

Produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan kepada konsumen agar diperhatikan dan dibeli oleh konsumen.<sup>6</sup>

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi syariah pada dasarnya sama dengan produk yang ditawarkan oleh

---

<sup>5</sup> <http://www.ajbbumiputera.com/>, diakses pada tanggal 25september2019, Jam: 19:25 WIB

<sup>6</sup> Kasmir, *Kewirausahaan edisi revisi* (Depok; Raja Grafindo Persada, 2014). Hal 189

perusahaan asuransi konvensional, namun walaupun produk yang ditawarkan sama, asuransi syariah menggunakan kontrak yang berbeda dengan asuransi konvensional.<sup>7</sup>

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah, sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>8</sup>

Menghasilkan produk sesuai dengan yang dibutuhkan manusia adalah hal yang ingin dicapai dari proses perancangan. Keinginan setiap manusia tersebut dibuat dalam perancangan produk melalui pengembangan secara komputer dan analisa teknik yang dapat diproses secara teratur, penentuan waktu untuk mengkonsumsinya dan termasuk dalam memasarkannya. Perancangan produk berarti sudah termasuk didalamnya setiap aspek teknis dari produk, mulai dari pertukaran atau pergantian komponen dalam pembuatan, perakitan, pelayanan sampai pada kekurangannya sebuah produk seharusnya dikerjakan lebih dari

---

<sup>7</sup> Dewa P. k Mahardika. *Mengenal Lembaga Keuangan*. (Bekasi: Gramata Publishing, 2015). h, 296-297

<sup>8</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Depok; Raja Grafindo Persada, 2006). h, 174

operasi biasa untuk meningkatkan market place-nya yaitu mempertimbangkan seluruh harga-harga, seluruh kelengkapan dan target segmen pasar yang terdiri dari dua elemen yaitu visualisasi dan fungsionalnya.<sup>9</sup>

Tidak semua aktivitas bisnis memberikan kemaslahatan bagi umat manusia dan makhluk lainnya, aktivitas bisnis yang didasari sifat materisme dan egoisme merupakan penyebab dari kegagalannya bisnis meraih peluang mendapatkan keuntungan yang sangat berharga ini. Bisnis yang dipacu meraih keuntungan materi yang sebesar-besarnya dengan mengabaikan kepentingan orang lain dan merusak lingkungan, menjadi faktor kegagalan bisnis mengemban amanah tersebut.<sup>10</sup>

Persaingan Bisnis dewasa ini semakin ketat akibat globalisasi dan perdagangan bebas. Terlebih lagi pada masa sekarang pemerintah tengah gencar mensosialisasikan produk asuransi yang dikelola pemerintah. Hal ini membuat perusahaan

---

<sup>9</sup> Aulia Ishak, *Manajemen Operasi*, (Yogyakarta; Graha Ilmu, 2010). h, 25-26

<sup>10</sup> Fordeby, Adesy. *Ekonomi dan Bisnis Islam seri konsep dan aplikasi ekonomi dan bisnis Islam*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016). h, 85

swasta penyedia produk asuransi harus meningkatkan kompetensi agar tidak kalah bersaing dalam pasar asuransi.

Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan dengan cara mendapatkan pelanggan sebanyak-banyaknya serta mempertahankan pelanggan yang sudah dimiliki.

Pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan penjualannya. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli maka akan ada kecenderungan, konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akhirnya menjadi konsumen yang loyal. Hubungan antara pembelian kembali dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang positif dan semakin tinggi level kepuasannya maka akan tercipta loyalitas yang baik. Loyalitas merupakan prinsip puncak bagi perusahaan, selain kepuasan, peran pemasaran sekarang ini menjadi nilai, tidak cukup bagi perusahaan hanya berkonsentrasi pada kepuasan pelanggan semata. Sasaran pokok perusahaan seharusnya adalah loyalitas pelanggannya. Hal tersebut dikarenakan kita memasuki era pilihan, tidak ada jaminan bahwa pelanggan yang puas akan



menjadi pelanggan yang loyal. Kepuasan telah meningkat menjadi suatu komoditas, itu hanyalah sebuah proses bukan tujuan akhir. Tujuan akhir dari perusahaan adalah loyalitas pelanggan.<sup>11</sup>

Keunggulan suatu produk dan jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan. Maka terbuatlah pengembangan suatu produk dalam meningkatkan keunggulan produk tersebut hingga menimbulkan kepuasan konsumen terhadap produk tersebut. Setelah perusahaan mampu meningkatkan dan mengembangkan kualitas suatu produk yang dimiliki, barulah hubungan antara peserta dan perusahaan akan memiliki dampak yang positif dan jika semakin tinggi level kepuasan peserta maka akan tercipta loyalitas peserta terhadap perusahaannya. Metode pengembangan produk dalam sebuah perusahaan membutuhkan keahlian khusus di dalamnya. Hal ini dikaitkan dengan pengembangan produk yang

---

<sup>11</sup>Krisna Thera Kesuma, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Study kasus: Pengguna Samsung Android Phone Di PT Ericsson Indonesia), (skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Sarjana Eksistensi Program Study Ilmu Administrasi Niaga Universitas Indonesia, Depok: 2012 ). h, 8-9

membutuhkan ide kreatif oleh kalangan pembuatnya atau produksinya. Semua aktivitas yang akan dilakukan untuk pengembangan produksi ini, memerlukan sistem manajemen produksi barang yang lebih terbuka terhadap pembaharuan.<sup>12</sup>

Konsep tentang loyalitas nasabah bukanlah suatu hal yang baru dalam dunia bisnis. Para pelaku telah menyadari banyak hal yang mempengaruhi keunggulan produk daya saing, produk barang maupun jasa yang mereka luncurkan dipasaran sehingga mereka mampu menjadi market leader dengan memenangkan sebanyak mungkin market share, namun mempertahankannya ternyata lebih sulit lagi.<sup>13</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menjadikan permasalahan sebagai topik skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengembangan Produk Mitra Mabror Plus terhadap Loyalitas peserta Asuransi Jiwa Bumiputera Syariah 1912 Cabang Serang”**.

---

<sup>12</sup>“Metode pengembangan produk baru” <https://ipqi.org/>. Diakses pada tanggal 27september2019 jam; 13:58

<sup>13</sup> Nada Elmaula Mayasari, *“Pengaruh Kualitas Produk Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Jiwa Bersama BumPutera 1912 Syariah Cabang Ciputat”*. (Skripsi Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta: 2016). h, 14

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Peserta cenderung untuk memilih produk dengan kualitas yang baik.
2. Pemegang polis pada produk mitra mabrur plus merasa puas dan loyal dengan kualitas produk yang diberikan
3. Adanya daya saing pasar yang kuat membuat sebagian peserta beralih kepada perusahaan lain.
4. Pelanggan yang setia cenderung membeli lebih banyak sehingga laba perusahaan akan bertambah dan perusahaan akan mempunyai pelanggan yang loyal.
5. Pelayanan yang diberikan menjadikan peserta sebagai dasar dalam menentukan suatu produk

## **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkupnya

agar dapat dilakukan dengan fokus, terarah dan mendalam. Serta dapat mempermudah proses analisa tersebut.

Oleh karena itu penulis membetasi pembahasan atas permasalahan yang akan dikaji, antara lain:

1. Penelitian ini hanya tertuju pada nasabah Mitra Mabrur Plus
2. Penelitian ini hanya tertuju kepada perusahaan AJB Bumiputera syariah 1912 cabang serang
3. Pengembangan produk dan loyalitas peserta yang dimiliki oleh perusahaan AJB Bumiputera syariah 1912 cabang serang.

#### **D. Rumusan Masalah**

Permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh antara pengembangan produk Mitra Mabrur Plus terhadap Loyalitas nasabah AJB Bumiputera cabang Serang?.
2. Seberapa besar tingkat Loyalitas nasabah terhadap nilai pengembangan produk Mitra Mabrur Plus AJB Bumiputera cabang Serang?

### **E. Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengembangan produk Mitra Mabrur Plus pada perusahaan AJB Bumiputera cabang Serang.
2. Untuk mengetahui tingkat Loyalitas nasabah terhadap produk Mitra Mabrur Plus AJB Bumiputera cabang Serang.

### **F. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan berguna bagi banyak pihak yang bersangkutan, diantaranya;

1. Manfaat teoritis

Menambah wawasan ilmu pengetahuan dibidang konsumen pada umumnya dan masalah produk Mitra Mabrur Plus. Selain itu dapat digunakan sebagai sarana melatih penulis dalam menerapkan teoriti yang telah didapat dibangku kuliah.

## 2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini memberikan suatu masukan atau informasi untuk mengevaluasi kinerja perusahaan yang berdampak pada pengembangan Produk Mitra Mabrur Plus dan loyalitas nasabah AJB Bumiputera 1912 cabang Serang serta sebagai bahan pertimbangan menetapkan kebijakan perusahaan dimasa mendatang.

## **G. Kerangka Pemikiran**

Rangkaian pola pikir atau yang disebut dengan kerangka pemikiran disini, mendeteksi hubungan yang terjadi antara pengembangan produk yang disebut variabel X (variabel bebas) dengan loyalitas peserta variabel Y (variabel terikat) dengan menggunakan metode kuantitatif. Apabila variabel ini memiliki hubungan (korelasi), maka perubahan nilai variabel satu akan mempengaruhi nilai variabel lainnya.

Dunia bisnis mengalami perkembangan khususnya pada lembaga keuangan seperti asuransi dan perubahan membawa pengaruh terhadap munculnya berbagai produk asuransi syariah ataupun produk yang telah dimiliki oleh suatu perusahaan.

Pengembangan produk yang akan diberikan dan dipilih oleh para peserta dapat dilihat dari beberapa aspek seperti, kualitas produk, pelayanan yang baik selama penggunaan produk berlangsung, menangani dengan cepat jika terjadi klaim, sikap agen (tenaga pemasar asuransi) yang dapat dipercaya dengan memberikan informasi yang baik kepada nasabahnya, serta memberikan solusi jika terjadi masalah pada nasabahnya.

Kualitas suatu produk menunjukkan atribut utama, sehingga konsumen hanya dapat menilai setelah membelinya. Setelah merasakan kualitas dari suatu produk, pembeli akan menyimpan dalam ingatannya dan akan digunakan sebagai dasar keputusan untuk membeli diwaktu mendatang.<sup>14</sup>

Perusahaan yang mampu memberikan kepuasan serta kualitas dalam suatu produk yang dimilikinya maka akan mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar dan menjadikan para peserta yang loyal.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dilihat bahwa adanya pengaruh pengembangan produk terhadap loyalitas.

---

<sup>14</sup> Nugroho J. Setiadi. *Business economics and Manajerial decision Making*. (Jakarta: Kencana Purnada Media Group, 2008). Hal, 228

## **H. Sitematika Penulisan**

BAB I pendahuluan: bab ini menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, hipotesis, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II landasan teori: bab ini menyajikan teori-teori yang melandasi dan mendukung penelitian, meliputi pengembangan produk, loyalitas nasabah, dan asuransi syariah.

BAB III metode penelitian: bab ini menyajikan tata cara atau metode yang digunakan untuk mengelola data yang telah diperoleh dalam melakukan penelitian. Bab ini berisi variabel penelitian, jenis penelitian, pendekatan penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

BAB IV analisis data dan pembahasan: bab ini membahas tentang deskripsi perusahaan yang diteliti sebagai objek



penelitian dan hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian dilapangan.

BAB V penutup: bab ini menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan sasaran-sasaran yang relevan dengan penelitian.