

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Asuransi adalah suatu perjanjian dimana pihak yang menjamin berjanji kepada pihak yang dijamin, untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian, yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin, karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas (Prodjodikoro, 1987). Asuransi pada awalnya adalah suatu kelompok yang bertujuan untuk meringankan beban keuangan individu dan menghindari kesulitan pembiayaan. Asuransi merupakan suatu bentuk dari sebuah persiapan yang dibuat oleh sekelompok orang, yang masing-masing menghadapi kerugian kecil sebagai suatu akibat yang tidak dapat diduga. Apabila kerugian tersebut menimpa salah seorang dari mereka yang menjadi anggota perkumpulan itu, maka kerugian itu akan ditanggung bersama oleh mereka.

Pada perkembangannya kini asuransi terbagi menjadi dua, yaitu asuransi konvensional dan asuransi syariah. Asuransi konvensional menurut UU No. 40 Tahun 2014 adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yang mana pihak penanggung mengikat diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung, yaitu timbul akibat suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Pada asuransi konvensional, nasabah membeli perlindungan dari perusahaan asuransi untuk mendapatkan perlindungan apabila terjadi musibah.

Sedangkan asuransi syariah menurut UU No.40 Tahun 2014 adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau tabarru' yang memberikan pola

pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Pada asuransi syariah, nasabah akan mengikatkan diri dalam suatu komunitas dan mereka akan saling menanggung apabila terjadi musibah.

Dengan semakin berkembangnya perusahaan asuransi saat ini, perusahaan asuransi juga mengembangkan jenis produknya dari produk proteksi menjadi produk proteksi dan investasi (unit link). Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menjelaskan bahwa produk proteksi pada asuransi adalah program perlindungan dalam bentuk pengalihan risiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Tujuan produk ini adalah agar kebutuhan ekonomi tidak terganggu akibat terjadinya risiko terhadap pencari nafkah selama masa-masa produktif; atau untuk persiapan hari tua yang bahagia dan sejahtera (Indonesia, 2017).

Unit link adalah produk perusahaan asuransi jiwa yang menggabungkan fungsi proteksi dan investasi. Dimana investasi diperlukan untuk mencapai tujuan keuangan dan asuransi diperlukan untuk melindungi semua kerugian tak terduga yang akan terjadi. Unit link syariah adalah perlindungan asuransi syariah melalui usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset. Unit link yang merupakan gabungan asuransi sekaligus investasi ini memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah (Sapto, 2006).

Tujuan penerbitan unit link adalah memberikan daya tarik atau insentif tambahan bagi pemilik asuransi jenis unit link. Selain menginvestasikan dananya pada instrumen reksadana, membeli unit link juga diberi fasilitas jaminan asuransi jiwa. Unit link yang bersifat sebagai jaminan proteksi asuransi jiwa ini juga berfungsi sebagai alat investasi karena sebagian preminya dikelola di reksadana (Sapto, 2006). Dalam praktiknya unit link menggunakan prinsip *wakalah bil ujah*. Dimana perusahaan atau divisi asuransi syariah dipercayakan untuk mengelola dana unit link nasabah.

Seluruh hasil investasi diberikan kepada nasabah, pengelola hanya mengambil sejumlah dana sebagai *ujrah* atau *fee* yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dari laporan yang dikeluarkan oleh Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menyebutkan pada kuartal II-2016 total pendapatan industri asuransi jiwa meningkat kuat, yaitu sebesar 42% menjadi Rp. 99,88 triliun dari Rp. 69,97 triliun yang diperoleh di Kuartal II-2015. Peningkatan total pendapatan ini didukung oleh meningkatnya total pendapatan premi yang terdiri dari total premi bisnis baru sebesar 10,8% menjadi 43,41 triliun dan total premi lanjutan sebesar 9% menjadi Rp.31,19 triliun, serta meningkatnya hasil investasi menjadi Rp. 21,92 triliun, dan pendapatan lainnya sebesar 32,9% menjadi Rp.2,03 triliun (Indonesia, 2017).

Kini perusahaan asuransi menghadapi persaingan yang kompetitif. Salah satu perusahaan asuransi yang terus mengalami perkembangan dan bertahan saat ini adalah Asuransi Takaful Keluarga. Asuransi Takaful Keluarga merupakan perusahaan asuransi syariah murni yang pertama kali berdiri di Indonesia. Produk yang dikeluarkan oleh Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga tidak kalah dari perusahaan asuransi lainnya, salah satunya adalah produk unit link syariah. Produk unit link syariah yang dikeluarkan oleh Asuransi Takaful Keluarga merupakan suatu produk yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan asuransi dan investasi yang sesuai dengan prinsip syariah.

Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga merupakan perusahaan asuransi yang dalam pemasarannya tidak menggunakan media, sehingga pengetahuan masyarakat mengenai Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga yang berbasis syariah ini masih minim. Namun dari hasil observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa nasabah perusahaan asuransi PT. Takaful Keluarga *Representatif Officer* (RO) Tanwir Nusantara mengalami kenaikan, ini dapat dilihat dari jumlah nasabah yang dimiliki pada saat ini. Nasabah PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara untuk saat ini terus mengalami peningkatan, saat ini jumlah nasabah yang terdaftar sebagai nasabah asuransi syariah PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir

Nusantara berjumlah sekitar 600 nasabah, yang termasuk sebagai nasabah asuransi umum, asuransi jiwa dan unit link syariah (Islami, 2017). Hal ini sejalan dengan pernyataan Kanuk (Maharani, 2014) kesuksesan suatu perusahaan ditentukan oleh usaha perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan yang diinginkan lebih baik daripada pesaing (Maharani, 2014). Pengambilan keputusan pembelian di PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal dan internal.

Perilaku konsumen akan mempengaruhi dalam pembelian, sehingga berpengaruh terhadap produk yang akan dibeli. Kanuk menyebutkan dalam (Maharani, 2014) pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal merupakan masukan informasi bagi konsumen yang berasal dari usaha-usaha pemasaran yang dilakukan perusahaan seperti produk, harga, pelayanan, lokasi, promosi kemudian, masukan informasi yang berasal dari lingkungan sosial budaya yang meliputi keluarga, sumber informasi informal, sumber informasi non komersial lain, kelas sosial dan budaya. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari diri konsumen meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, sikap dan kepercayaan.

Dari paparan diatas, maka penelitian ini akan menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli. Sehingga penelitian yang dilakukan ini menggunakan judul **“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Unit Link Syariah” (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara).**

B. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang di atas, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam mengambil produk unit link syariah. Maka perumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Bagaimana pengaruh *personal selling*, reputasi perusahaan, premi, pendapatan, religiusitas dan motivasi terhadap keputusan membeli produk

unit link syariah di PT. Takaful Keluarga RO YOgyakarta) Tanwir Nusantara?

2. Variabel apa yang paling dominan sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan membeli produk unit link syariah di PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *personal selling*, reputasi perusahaan, premi, pendapatan, religiusitas, dan motivasi investasi nasabah terhadap minat beli produk unit link syariah di PT. Takaful Keluarga Ro Yogyakarta Tanwir Nusantara
2. Untuk menganalisis variabel yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk unit link syariah di PT. Takafaul Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak konsep yang menjelaskan ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli oleh konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi lanjutan yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan saran dan masukan bagi PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara sehingga mampu mempertimbangkan hal-hal apa saja yang harus dilakukan sehingga mampu menjual produk kepada nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Pembaca akan lebih mudah untuk memahami apa saja isi dalam skripsi ini jika didalamnya terdapat informasi mengenai sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab I merupakan bab pendahuluan yang memberikan gambaran secara umum mengenai permasalahan pada penelitian ini yang terdiri dari, latar belakang yang menggambarkan alasan bagi peneliti dalam mengangkat masalah “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Unit Link Syariah” (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara). Sebagai tema dalam penelitian ini, rumusan masalah disimpulkan berdasarkan latar belakang, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat adanya penelitian, dan sistematika pembahasan.

2. Bab II Landasan Teori

Bab II menjelaskan mengenai tinjauan pustaka membahas mengenai penelitian terdahulu, landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Asuransi, Unit Link Syariah, Keputusan Membeli, *Personal Selling*, Reputasi Perusahaan, Premi, Pendapatan, Religiusitas, Motivasi dan terakhir dalam pembahasan bab ini yaitu hipotesis penelitian.

3. Bab III Metode Penelitian

Bab III menjelaskan mengenai Metode Penelitian yaitu meliputi metode yang digunakan dalam penelitian ini. Meliputi: jenis dan sifat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data, dan yang terakhir uji validitas dan reliabilitas data penelitian.

4. Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab IV memberikan deskripsi mengenai obyek penelitian, yaitu mengenai profil dari PT. Takaful Keluarga serta mendeskripsikan hasil pengujian dan hasil analisis data yang diperoleh ketika melakukan penelitian.

5. BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab V bab terakhir dalam penelitian ini dan merupakan bagian penutup dari skripsi ini, dimana pada bab ini berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian ini. Selain itu, pada bab penutup ini penulis memberikan saran atas hasil analisis data pada bab sebelumnya dan memberikan saran untuk pengembangan selanjutnya yang mengacu pada penelitian ini.

