

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring dengan berkembangnya zaman, perusahaan asuransi jiwa pun harus mengikuti perkembangan yang ada. Kebutuhan masyarakat akan asuransi jiwa setiap tahunnya terus meningkat. Ditambah pada saat ini dunia sedang mengalami pandemi *covid-19* yang sampai saat ini pun belum berakhir. Kekhawatiran masyarakat akan kesehatan dan masa depan semakin meningkat karena adanya *covid-19*. Tercatat di OJK (Otoritas Jasa Keuangan) per bulan maret 2021, premi yang didapat oleh industri asuransi jiwa meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 24,77% menjadi Rp 50,86 triliun, sedangkan pada tahun sebelumnya lebih rendah Rp 40,76 triliun.

Momen tersebut banyak dimanfaatkan oleh setiap perusahaan asuransi jiwa. Kompetisi antar perusahaan asuransi jiwa pun semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Banyak juga lahir perusahaan asuransi jiwa saat ini, karena melihat prospek industri asuransi jiwa di Indonesia yang sangat berpeluang. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik) tercatat per tahun 2017-2019 ada 61 perusahaan asuransi jiwa di Indonesia. Angka tersebut tercatat meningkat dibandingkan tahun 2014-2016 yang hanya totalnya 53 perusahaan asuransi jiwa. Namun, masyarakat di Indonesia juga masih banyak yang belum menggunakan asuransi jiwa dan juga sadar akan masa depan, maka dari itu perusahaan asuransi jiwa melihat hal tersebut sebagai peluang.

Namun, perlu diketahui juga oleh perusahaan asuransi jiwa banyak juga kompetitor yang ingin menguasai pangsa pasar industri asuransi jiwa di Indonesia. Perusahaan harus melakukan inovasi agar selalu menjawab kebutuhan masyarakat dan juga mengikuti perkembangan zaman yang ada. Perusahaan harus mengetahui apa saja yang terjadi di lapangan, sehingga bisa memenuhi permintaan di lapangan. Selain itu juga, agar perusahaan bisa bersaing dengan perusahaan kompetitor lainnya.

Saat ini, persaingan antar perusahaan asuransi jiwa semakin tajam, perusahaan semakin kompetitif untuk menarik konsumen dalam mempertahankan *existency* di

industri asuransi agar terus berkembang. Perusahaan harus terus meningkatkan kepekaannya terhadap perubahan lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian asuransi jiwa. Perusahaan harus melihat dari kacamata konsumen bukan dari kacamata perusahaan, agar perusahaan bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus bisa menggali perilaku konsumen dengan seiringnya perkembangan zaman.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen ini merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk mengambil keputusan pembelian. Menurut Kotler (2008), tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan pembelian melewati lima tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan tingkah laku pembelian.

Begitu pula dengan perusahaan asuransi jiwa AIA. Perusahaan asuransi jiwa AIA yang sudah berdiri 101 tahun ini harus terus melakukan evaluasi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan tidak kalah bersaing dengan kompetitor lainnya. Perusahaan asuransi jiwa AIA khususnya yang bergerak di pangsa pasar Kota Tasikmalaya ini perlu memperhatikan perilaku konsumen masyarakat Kota Tasikmalaya. Karena cukup banyak juga kompetitor perusahaan asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya. Maka dari itu, perusahaan asuransi jiwa AIA harus selalu melakukan evaluasi dan inovasi.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan yaitu permasalahan yang ada di dalam perusahaan (*internal*) atau permasalahan yang ada di luar perusahaan (*external*). Contoh faktor internal yaitu kualitas pelayanan, teknologi, spesifikasi produk. Contoh faktor external yaitu perilaku masyarakat seperti pendapatan, nilai-nilai religi dan juga lingkungan. Faktor-faktor tersebut yang perlu perusahaan asuransi jiwa AIA evaluasi agar mencapai kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Untuk itu, penulis juga ingin mengetahui selain faktor di atas, faktor-faktor apa saja yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian asuransi jiwa AIA di Kota

Tasikmalaya. Sehingga penelitian ini bisa membantu perusahaan asuransi jiwa AIA untuk memaksimalkan dalam mengevaluasi apa saja yang menjadi faktor keputusan pembelian asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.

Dalam penelitian terdahulu juga sudah meneliti faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi jiwa, contohnya seperti variabel kualitas layanan, promosi, kualitas produk. Namun pada penelitian ini, saya ingin meneliti dari variabel yang lain, yang belum pernah diteliti sebelumnya. Contohnya seperti variabel nilai religi, teknologi, dan masa tenggat. Variabel tersebut diambil karena di dalam penelitian terdahulu, belum ada yang menggunakan variabel tersebut untuk diteliti, sehingga saya ingin meneliti dari faktor yang lain agar bisa menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian asuransi jiwa.

Nilai religi bisa mempengaruhi keputusan pembelian. Masyarakat sekarang banyak mendalami agama, sehingga mengetahui fungsi dari asuransi tersebut. Kesadaran dan keterbukaan masyarakat asuransi juga cukup baik. Hal ini mungkin karena banyaknya edukasi-edukasi tentang pentingnya memiliki asuransi di zaman seperti ini. Dan di dalam agama juga kita diajarkan untuk berusaha dan bertanggung jawab terhadap keluarga. Apalagi menjadi kepala keluarga sekaligus pencari nafkah harus bertanggung jawab penuh kepada keluarganya. Sehingga nilai religi ini salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi jiwa.

Lalu, seiring berkembangnya zaman era digitalisasi yang semakin meningkat. Perusahaan asuransi AIA pun mengikuti perkembangan tersebut, contohnya sekarang ini perusahaan asuransi jiwa AIA meluncurkan metode pembelian asuransi tanpa tatap muka yang sudah disetujui oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), hal tersebut merupakan suatu perkembangan teknologi yang mempermudah masyarakat dalam keputusan pembelian asuransi. Selain itu, masih banyak lagi teknologi-teknologi yang berperan dalam usaha menjawab kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Pendapatan masyarakat pun menjadi variabel yang perlu diteliti, karena pendapatan merupakan hal yang paling penting dalam keputusan pembelian. Apabila tidak ada pendapatan, maka tidak akan ada juga permintaan sehingga tidak

ada keputusan pembelian. Di Kota Tasikmalaya sendiri pendapatan UMR per tahun 2021 adalah Rp2.264.093, seharusnya pendapatan yang meningkat juga akan meningkatnya keputusan pembelian asuransi jiwa.

Harga juga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi jiwa. Harga suatu produk yang dirancang oleh perusahaan juga menentukan target pasar. Hal tersebut agar perusahaan bisa menjangkau semua kalangan masyarakat. Di AIA sendiri ada tiga kelas pasar yaitu, *mass market* (kelas menengah ke bawah), *middle market* (kelas menengah) dan *top market* (kelas menengah ke atas). Harga yang bisa didapat konsumen melalui produk yang ada di asuransi jiwa AIA mulai dari Rp300.000/bulan hingga Rp10.000.000/bulan. Perusahaan merancang suatu produk dengan harga berbeda bertujuan untuk menjangkau masyarakat luas untuk memberikan peluang lebih banyak konsumen untuk keputusan pembelian asuransi jiwa. Sehingga semua kalangan bisa mendapatkan proteksi dari asuransi jiwa AIA.

Masa tenggat pembayaran juga bisa menjadi variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini sering dipertanyakan oleh konsumen yang akan memutuskan pembelian asuransi jiwa. Masa tenggat sendiri adalah *days of grace* yaitu penundaan pembayaran utang pokok ataupun bunga, biasanya antara 10 - 15 hari setelah tanggal jatuh tempo pembayaran yang diperjanjikan dalam masa tenggang tersebut tidak dikenakan penalti ataupun denda keterlambatan pembayaran biasanya, tenggang waktu yang diberikan oleh kreditur internasional seperti Bank Dunia atau IMF, diberikan dalam hitungan tahun. Di AIA sendiri, masa tenggat pembayaran yang diberikan oleh perusahaan adalah 45 hari sejak jatuh tempo.

Variabel diatas merupakan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian asuransi jiwa. Keputusan pembelian sendiri merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Namun yang perlu dikaji adalah faktor apa saja yang benar-benar bisa mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian di dalam asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.

Variabel di atas juga ada beberapa yang sudah diteliti sebelumnya, contohnya seperti variabel harga, pendapatan, kualitas layanan. Namun untuk variabel tersebut peneliti akan meneliti dari sudut pandang yang berbeda. Untuk variabel teknologi juga sudah ada yang meneliti, namun peneliti akan meneliti tidak hanya dari satu sisi yaitu perusahaan saja, namun kesiapan masyarakat akan teknologi juga perlu diteliti, karena di dalam teknologi, sumber daya manusia pun perlu adanya edukasi agar teknologi bisa tersampaikan secara maksimal. Untuk variabel nilai religi dan masa tenggat pembayaran, belum ada yang meneliti sebelumnya. Sehingga penulis tertarik untuk mencoba meneliti variabel tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut tergambar bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu dipengaruhi variabel harga, pendapatan, kualitas layanan, teknologi, nilai religi dan masa tenggat. Maka penulis mengambil judul: **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Polis Asuransi Jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Mengacu dari berbagai hal yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan pokok yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tanggapan nasabah AIA terhadap pendapatan, harga, kualitas pelayanan, teknologi, nilai religi, masa tenggat dan keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.
2. Bagaimana pengaruh pendapatan, harga, kualitas pelayanan, teknologi, nilai religi, dan masa tenggat secara parsial terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.
3. Bagaimana pengaruh pendapatan, harga, kualitas pelayanan, teknologi, nilai religi, dan masa tenggat secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka penulis memiliki tujuan yang akan dicapai, yaitu sebagai berikut:

1. untuk mengetahui harga, pendapatan, kualitas layanan, teknologi, nilai religi dan masa tenggat keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.
2. untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan, kualitas layanan, teknologi, nilai religi dan masa tenggat secara parsial terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.
3. untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan, kualitas layanan, teknologi, nilai religi dan masa tenggat secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini semoga dapat berguna bagi semua pihak, adapun kegunaan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Praktisi:

- a. Bagi Pelaku Usaha (Perusahaan/tenaga pemasar)

Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan acuan atau referensi untuk jadi bahan evaluasi perusahaan demi meningkatkan konsumen atau nasabah.

- b. Bagi Pemerintah

Mengetahui peran asuransi jiwa dalam memberikan proteksi kepada masyarakat sehingga masyarakat lebih sejahtera.

- c. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat bermanfaat dalam rujukan ataupun informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian asuransi jiwa AIA di Kota Tasikmalaya.

2. Teoritis (Kontribusi Ilmiah):

Hal yang baru dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara faktor nilai religi dan masa tenggat dengan keputusan pembelian asuransi jiwa yang sebelumnya belum pernah ada yg meneliti.

## 1.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 1.4.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi penelitian dilakukan di tempat kantor asuransi jiwa AIA di Jl. HZ Mustofa (Komplek Ruko TIP No. 12A) Kota dan juga kepada konsumen asuransi jiwa AIA yang ada di Kota Tasikmalaya (berjumlah 100 konsumen atau nasabah AIA)

### 1.4.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan dan diperkirakan pada bulan Oktober 2021 sampai bulan Januari 2022 dengan alokasi berikut:

**Tabel 1.1 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan/Tahun 2021-2022																
		Oktober				November				Desember				Juli				Agustus
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
1.	Hasil SK pembimbingan	■	■	■	■													
2.	Pengajuan Judul					■	■											
3.	Penyusunan UP (BAB I – BAB III)							■	■	■	■							
4.	Pengajuan sidang UP									■	■							
5.	Sidang UP										■							
6.	Koreksi dan perbaikan											■	■	■	■			

