

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan perekonomian di era globalisasi pada saat ini sangat pesat sehingga persaingan didalamnya juga menjadi sangat ketat. Hal ini menuntut baik perusahaan kecil maupun besar untuk selalu meningkatkan pelayanan, sehingga perusahaan dapat mengembangkan perekonomian dan menyesuaikan diri dengan lingkungan diluar perusahaan yang menghendaki perkembangan.

Islam adalah agama yang mengatur sisi kehidupan manusia, dan tidak ada aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran agama Islam termasuk aspek ekonomi. Dalam Islam, tujuan kegiatan ekonomi merupakan target untuk mencapai tujuan yang lebih tinggi, yakni kehidupan di dunia dan akhirat. Ilmu ekonomi Islam memperhatikan dan menerapkan syariah dalam perilaku ekonomi dan dalam pembentukan sistem ekonomi yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi.<sup>1</sup>

Perkembangan keuangan syariah pada saat ini telah membuahkan berbagai prestasi, dari makin banyaknya produk dan layanan, hingga berkembangnya infrastruktur yang mendukung keuangan syariah. Industri keuangan Non Bank hadir ditengah-tengah masyarakat yang menginginkan

---

<sup>1</sup> Mahda Annisa Batubara , “*Analisis Literasi Asuransi Syariah Pada Guru Ummul Quraa*”, (Skripsi yang dipublikasikan), Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019, hlm. 1

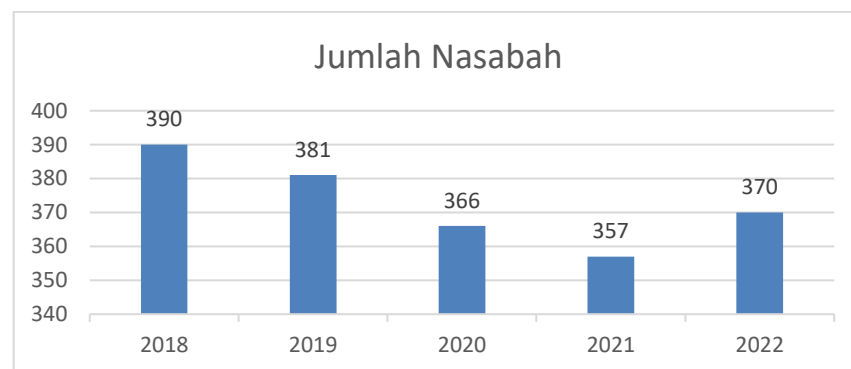
lembaga keuangan yang berbasis syariah, seperti asuransi syariah, perusahaan pembiayaan, berbagai produk investasi, pegadaian syariah, dan lain sebagainya. Lembaga-lembaga tersebut hadir dengan berbagai produk yang beragam dan tentunya sesuai dengan prinsip syariah yang notabennya bebas dari bunga atau riba.

Asuransi syariah merupakan salah satu industri keuangan Non Bank yang menggunakan prinsip syariah. Banyak produk yang ditawarkan berbagai perusahaan asuransi membuat nasabah bebas memilih asuransi yang di inginkan. Sehingga membuat kompetisi antar perusahaan asuransi sangat ketat. Hal ini di karenakan banyak perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama, dalam pasar yang sama dan memperebutkan nasabah yang sama. Asuransi yang tidak mempunyai produktifitas yang baik serta kualitas terbaik tidak dapat bertahan di tengah persaingan yang ada.

Literasi asuransi syariah merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. Namun masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya menjadi keprihatinan bersama para pelaku industri. Hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Melky Guslow bahwa selama ini masih kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih dulu menggunakan asuransi konvensional dan

berpendapat bahwa asuransi syariah dengan asuransi konvensional itu sama sehingga minat nasabah terhadap asuransi syariah itu kurang.<sup>2</sup>

Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera kantor cabang Tasikmalaya merupakan salah satu perusahaan asuransi syariah yang ada di Tasikmalaya. Kantor ini merupakan kantor pusat Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera se-priangan timur, dimana disetiap wilayah dipriangan timur terdapat agen yang bertugas di wilayah tersebut. Adapun daftar anggota nasabah asuransi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera kantor cabang Tasikmalaya sebagai berikut:



Sumber: PT. Asuransi Syariah Bumiputera Kantor Cabang Tasikmalaya, 2022

### **Gambar 1.1 Jumlah Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KC Tasikmalaya**

Berdasarkan data dari gambar 1.1 diketahui Jumlah nasabah PT Asuransi Syariah Bumiputera Kantor Cabang Tasikmalaya mengalami penurunan Jumlah nasabah dari tahun 2018–2021, dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan jumlah nasabah asuransi. Namun kenaikan jumlah

<sup>2</sup> Melky Guslow, “*Persepsi Masyarakat Terhadap Asuransi Takaful Keluarga (Studi Masyarakat Rt 23 Rw 05 Pagar Dewa Bengkulu)*”, (Skripsi yang dipublikasikan), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, 2016, hlm. 62

peserta tersebut tidak lebih tinggi dari tahun 2018. Lokasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera bisa dikatakan cukup strategis, yaitu di Jl. Sutisna Senjaya No.80, Empangsari, kec.Tawang, Tasikmalaya, Jawa Barat.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi rendahnya minat nasabah pada lembaga keuangan syariah yaitu pelayanan, pengetahuan, keberadaan bank syariah, komponen prosedur (aturan-aturan), komponen promosi dan komponen keuntungan *riba* (bunga).<sup>3</sup> Dengan demikian dalam proses penghimpunan dana dari nasabah, lembaga asuransi tidak bisa hanya menunggu tetapi harus mencari sumber dana itu dan berusaha menariknya dengan memberikan pelayanan yang baik serta promosi yang menarik. hal tersebut dapat diperoleh melalui kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan perusahaan.

Promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menarik konsumen/nasabah. Hal ini dikarenakan promosi merupakan kunci keberhasilan dalam penyampaian produk atau jasa kepada nasabah atau calon nasabah. Hal ini tidak terlepas kaitannya dengan semakin tajamnya persaingan antar lembaga asuransi,.

Perusahaan diharapkan menggunakan bauran promosi yang tepat dalam mengkomunikasikan segala sesuatu tentang informasi produk, merk, harga dan informasi lainnya kepada kelompok sasaran untuk mencapai

---

<sup>3</sup> Elly Fitriany, “*Analisis Bauran Promosi Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah CPS Padayungan Kota Tasikmalaya*”, (Skripsi tidak dipublikasikan), Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, 2019, hlm. 7

tujuan akhir pemasaran. Bauran promosi harus dikombinasikan sedemikian rupa sehingga terbentuk serangkaian kegiatan unik yang sangat bertaut memperkuat hasil. Bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari *advertising*, *sales promotion*, *direct marketing*, *personal selling* dan *public relation*. Kelima bauran promosi ini memiliki tujuan yang sama yaitu mengenalkan produk kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan penjualan.<sup>4</sup>

Berkembangnya perusahaan di bidang asuransi syariah, mengharuskan pelanggan (*costumer*) untuk lebih selektif dalam menggunakan jasa tersebut. Hal ini lah yang membuat manajemen promosi asuransi syariah harus lebih kreatif dalam mempromosikan produk yang mereka luncurkan.<sup>5</sup> Dimana promosi menjadi sarana pemasaran dalam memasarkan produk asuransi maupun sebagai sarana untuk mengenalkan asuransi kepada masyarakat luas agar masyarakat tahu dan berminat untuk berasuransi di perusahaan tersebut.

Mengingat masih adanya peluang bagi PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KC Tasikamalaya untuk bersaing dengan lembaga asuransi lainnya, maka perusahaan perlu melakukan kegiatan promosi yang tepat untuk menjaring dan mempertahankan nasabah yang telah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

---

<sup>4</sup> Onny Fitriana Sitorus, Novelia Utami, “*Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran*”, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, 2007), hlm.17

<sup>5</sup>Umtihat, “*Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Rumahkoe (Studi Kasus Pada Perusahaan Umum Bumiputera Muda Syariah 1967 Cabang Serang)*”, (Skripsi yang dipublikasikan), Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin, Banten 2020, hlm.5

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“ANALISIS *PROMOTION MIX* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PT ASURANSI JIWA SYARIAH BUMIPUTERA KC TASIKMALAYA”**

#### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana *promotion mix* yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Asuransi Syariah Bumiputera KC Tasikmalaya?

#### **C. Tujuan penelitian**

Untuk mengetahui bagaimana *promotion mix* yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Asuransi Syariah Bumiputera KC Tasikmalaya.

#### **D. Kegunaan penelitian**

Adapun kegunaan yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1) Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu melengkapi kajian teoritis dan mampu menjadi gambaran bagi penelitian selanjutnya. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan

acuan untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berminat untuk mengkaji tentang “Analisis *Promotion Mix* Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KC Tasikmalaya”.

2) Kegunaan Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada manajemen perusahaan PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera dalam melakukan strategi pemasaran.

3) Kegunaan Umum

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan analisis *promotion mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KC Tasikmalaya.