

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Asuransi merupakan sebuah program yang dapat memproteksi masyarakat dari berbagai risiko yang terjadi dimasa depan. Berbagai jenis asuransi banyak diminati oleh masyarakat salah satunya yaitu asuransi jiwa. Keputusan dalam membeli produk asuransi jiwa umumnya didasari oleh kewaspadaan terhadap beberapa kemungkinan seperti kecelakaan, sakit kritis, meninggal hingga usia tua (Ari & Astiti, 2014). Kesadaran tentang kebutuhan proteksi dari berbagai risiko yang sewaktu waktu dapat dialami, menjadi salah satu faktor yang menyebabkan banyaknya total pemakai asuransi. Hal tersebut tentu menjadi sebuah kesempatan yang bagus dan menguntungkan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi, karena dengan luasnya pasar yang dapat dikelola dapat menjadi sasaran penjualan produk yang dimiliki (Sari & Atahau, 2020). Ketika kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi telah tercipta, maka semakin banyak orang menginginkan suatu jaminan dari asuransi tersebut. Saat ini sudah banyak perusahaan asuransi yang berkembang di Indonesia.

PT. Asuransi Jiwasraya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perasuransian jiwa. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1859. Sejak tahun 1960 PT Asuransi Jiwasraya telah tercatat sebagai bagian dari BUMN dalam usaha perasuransian dengan berbagai macam produk yang dimiliki. Namun, jika dilihat dari perkembangannya, kondisi keuangan Jiwasraya terus mengalami kemunduran sejak tahun 2002. Salah satu masalah Jiwasraya yang menjadi sorotan publik yaitu kegagalan perusahaan dalam membayar klaim produk JS Saving Plan senilai Rp. 12,4 triliun yang jatuh tempo pada Oktober-Desember 2019 (Saleh, 2020). Hingga akhir tahun 2020 tercatat indikasi kerugian negara sebesar Rp13,7 triliun akibat gagal bayar polis (Sayekti, 2020). Sebagai akibat dari kondisi keuangan Jiwasraya yang buruk, kondisi tersebut tentu berpengaruh negatif terhadap pihak intern maupun ekstern dari perusahaan, dimana pihak ekstern yang dimaksud dalam hal ini adalah nasabah tertanggung, masyarakat luas secara umum, industri perasuransian hingga aktivitas investasi (Nurvita, 2020). Namun, jika dilihat dari perkembangannya, kondisi keuangan perusahaan asuransi Jiwasraya terus mengalami kemunduran sejak tahun 2002. Salah satu masalah Jiwasraya yang menjadi sorotan publik yaitu kegagalan perusahaan dalam membayar klaim produk JS Saving Plan senilai Rp. 12,4 triliun yang jatuh tempo pada Oktober-Desember 2019 (Saleh 2020). Hingga akhir tahun 2020 tercatat indikasi kerugian negara sebesar Rp13,7 triliun akibat gagal bayar polis (Sayekti 2020). Sebagai akibat dari kondisi keuangan Jiwasraya yang buruk, dimana perusahaan seharusnya berfungsi memberikan perlindungan kepada pemegang polis dan menghimpun dana dari premi untuk diinvestasikan kembali, tidak hanya berpengaruh negatif terhadap internal perusahaan, namun juga berpengaruh

terhadap pihak eksternal yaitu para pemegang polis, masyarakat luas, industri asuransi dan kegiatan investasi (Nurvita 2020).

Berdasarkan pemberitaan dari Kompas, 18 November 2020, Jiwasraya sudah mulai bertransformasi dengan tujuan melindungi polis Jiwasraya sehingga tidak terjadi hal yang tidak diinginkan seperti kejadian di tahun sebelumnya, misalnya gagal bayar klaim. Menurut Mahelan Prabantarikso direktur kepatuhan dan SDM, Jiwasraya telah mempersiapkan sumber pendanaan dan menghentikan produk lama yang menjanjikan keuntungan tinggi sebagai solusi dari masalah fundamental yang dihadapi oleh perusahaan (Banjarnahor, 2020). Demi mengurangi dampak kerugian para nasabah dan kerugian terhadap keuangan negara dari adanya kemungkinan potensi likuidasi, pemerintahpun menyiapkan anggaran dana yang bersumber dari Penyertaan Modal Negara (PMN) sebanyak Rp 22 triliun.

Di tengah kondisi Jiwasraya yang sedang bermasalah, Direktur Utama, Hexana Tri Sasongko menyampaikan bahwa Jiwasraya masih memperoleh pendapatan dari sejumlah polis yaitu premi regular nasabah korporasi dan produk Unit Link (Pratama, 2020). Unit Link adalah sebuah produk yang memadukan antara investasi dan proteksi. Dalam hal ini, asuransi berungsi sebagai insurance investment yaitu dana nasabah yang terkumpul dapat dikelola perusahaan untuk melakukan skema investasi terukur yang dengan tujuan memperoleh return atau imbal hasil yang lebih menguntungkan (Wibowo & Joesoef, 2021). Produk tersebut telah berkembang sangat pesat di Indonesia. Saat ini lebih dari 41 perusahaan telah menawarkan produk unit link (Widana & Jayanegara, 2019).

Pesatnya perkembangan ini, tentu berkaitan dengan manfaat return dari investasi dan perlindungan dari asuransi yang akan diperoleh oleh nasabah unit link.

Permasalahan yang dialami oleh Jiwasraya tentu akan menimbulkan berbagai tanggapan atau persepsi di kalangan masyarakat luas terutama nasabah yang telah membeli produk asuransi di Jiwasraya seperti unit link. Hal tersebut dapat berdampak pada menurunnya kepercayaan nasabah terhadap perusahaan beserta produk asuransi yang ditawarkan. Berdasarkan masalah yang ada, penelitian ini akan berfokus pada analisis persepsi nasabah terhadap produk unit link Jiwasraya mengingat produk tersebut merupakan salah satu produk yang masih aktif hingga saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu persepsi nasabah terhadap produk unitlink PT. Asuransi Jiwasraya, sebagai salah satu produk yang masih aktif ditengah kondisi perusahaan yang kurang stabil.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini akan difokuskan pada masalah yang terkait dengan analisis persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya.

1.4 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi harapan?
2. Bagaimana persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi kebutuhan?
3. Bagaimana persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi pengalaman?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui.

1. Persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi harapan
2. Persepsi nasabah terhadap produk unit link PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi kebutuhan
3. Persepsi nasabah terhadap produk unit link perusahaan PT. Asuransi Jiwasraya ditinjau dari dimensi pengalaman.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik berupa manfaat teoritis maupun manfaat praktis.

- 1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan terkait permasalahan asuransi di tengah masyarakat.

2) Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan di perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) sebagai referensi bagi civitas akademika dalam penulisan karya ilmiah khususnya dalam kajian persepsi.

2. Bagi Pihak Pengelola Asuransi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam hal mengevaluasi persepsi nasabah yang berorientasi pada kehati-hatian bagi Pengelola perusahaan asuransi.

3. Bagi Peneliti

Melalui berbagai tahapan penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan wawasan bagi peneliti khususnya dan sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang melakukan penelitian serupa.