

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang dan Permasalahan

Asuransi merupakan suatu produk jasa keuangan yang dapat memberikan perlindungan kepada nasabah apabila terjadi sesuatu yang tidak menguntungkan pada peserta maupun objek yang diasuransikan. Peluang terjadinya sesuatu yang tidak menguntungkan bertambah besar di masa pandemi Covid-19 ini. Selain nasabah perorangan, asuransi juga digunakan oleh perusahaan sebagai langkah melakukan investasi untuk meminimalkan kerugian yang mungkin terjadi dimasa yang akan datang. Hal ini menandakan bahwa asuransi telah menjadi bagian yang penting bagi setiap perusahaan. Peran penting asuransi selain memberikan perlindungan terhadap kemungkinan-kemungkinan kerugian yang akan terjadi di masa depan, asuransi memberikan dorongan yang sangat besar terhadap perkembangan ekonomi.

Perusahaan asuransi yang memberikan perlindungan kepada perusahaan-perusahaan lain telah menjadi lembaga ekonomi yang mempunyai peran yang esensial. Saat ini perkembangan asuransi menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dengan menawarkan berbagai macam produk asuransi mulai dari jasa asuransi kerugian, asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi tenaga kerja dan lain-lain sampai dengan asuransi yang memiliki unsur tabungan seperti asuransi jiwa unit *link*.

Dalam perkembangan asuransi ada berbagai permasalahan yang muncul baik yang bersifat administratif maupun pelanggaran yang berujung pada kerugian atau tindak pidana. Ada beberapa perusahaan asuransi yang mengalami masalah serius yaitu :

1) Bakrie Life atau PT Asuransi Jiwa Bakrie

M. Hadziq Aufa (2018) menyatakan bahwa permasalahan PT Asuransi Jiwa Bakrie berawal dari krisis ekonomi global pada tahun 2008. Saat itu Bakrie Life sangat agresif menginvestasikan dana nasabah di pasar modal. Padahal pada masa itu kondisi pasar modal sedang mengalami tekanan akibat krisis di Amerika Serikat (AS). Sudewo (2019) menyatakan bahwa krisis di AS itu membuat portofolio investasi mengalami masalah yang sangat serius, sehingga menelan dana nasabah hingga Rp. 500 miliar. Manajemen Bakrie Life berjanji akan membayar ganti rugi secara bertahap. Namun, faktanya Bakrie Life masih menunggak ke nasabah sebesar Rp. 270 miliar. Pada saat itu PT Asuransi Jiwa Bakrie tidak dapat memenuhi kewajiban klaim asuransi atas produk Diamond Investa. PT Asuransi Jiwa Bakrie telah dikenai beberapa sanksi akibat kegagalan pembayaran kewajiban klaim tersebut, atas dasar itu maka izin usaha PT Asuransi Jiwa Bakrie dicabut oleh Otoritas Jasa keuangan pada 17 April 2017. Akibat hukum dari pencabutan izin tersebut adalah pembubaran perusahaan asuransi dan melaksanakan likuidasi akan tetapi kewajiban hukum tersebut belum dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa Bakrie.

2) Asuransi Bumi Asih Jaya

Nurdiana (2019) menginformasikan bahwa pada tanggal 18 Oktober 2013, OJK mencabut izin usaha PT Bumi Asih Jaya karena perusahaan ini gagal memenuhi ketentuan tentang kesehatan keuangan, yakni rasio solvabilitas atau Risk Based Capital

(RBC) dan rasio perimbangan investasi terhadap cadangan teknis dan utang klaim. Perusahaan asuransi tersebut berdiri tahun 1967 ini diperkirakan hanya mampu membayar klaim Rp 409,73 miliar dari total klaim perorangan sebesar Rp 634,31 miliar dan asuransi kolektif senilai Rp 182,6 miliar.

Dalam proses kepailitan, PT Bumi Asih Jaya memiliki utang Rp 1,2 triliun kepada krediturnya. Sari (2018) melaporkan bahwa rasio pencapaian tingkat solvabilitas PT Asuransi Bumi Asih Jaya sebesar minus 1159%, jauh di bawah ketentuan Pasal 43 dari KMK No.424/2003 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi yakni minimal 120%. Ekuitas perseroan minus Rp768,4 miliar, jauh di bawah ketentuan yang mewajibkan perusahaan asuransi punya modal sebesar Rp70 miliar. Dengan demikian perusahaan tersebut akan dapat diselamatkan jika ada investor yang menyuntikkan dana.

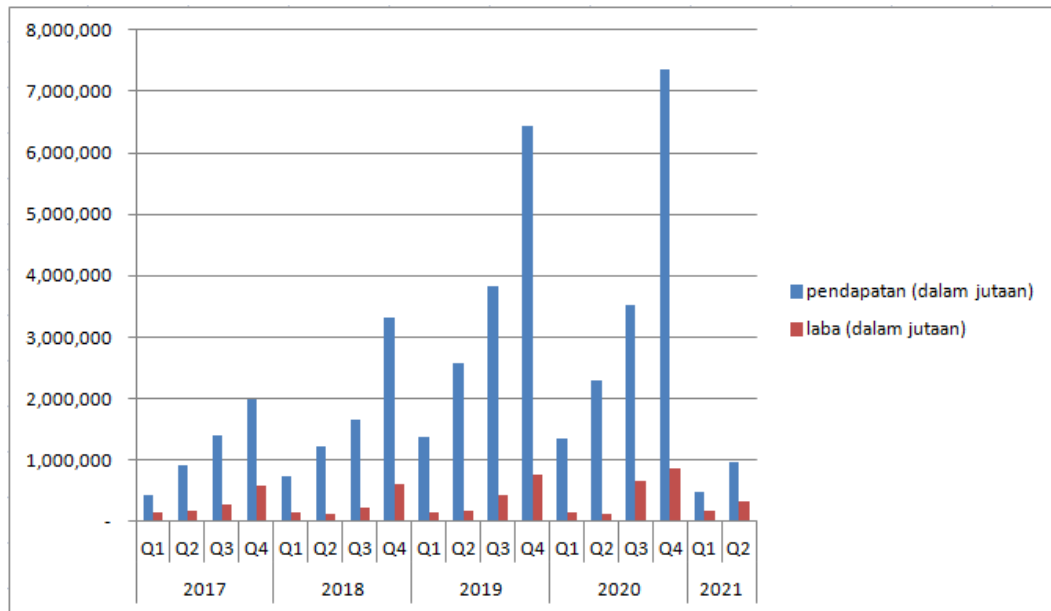
### 3) Asuransi Jiwa Bumiputera 1912

Wareza (2020) melaporkan bahwa PT Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 memiliki masalah likuiditas untuk membayar klaim sebesar Rp. 9,6 triliun. Manajemen perusahaan berusaha untuk menyelesaikan likuiditas dan permodalan perusahaan untuk jangka pendek, menengah dan panjang. Bahkan berencana membayar klaim dengan cara mencicil kepada nasabah. Bumiputera menargetkan, Risk Based Capital (RBC) perusahaan akan dapat berada di posisi 100% pada 2034 mendatang, meskipun memang RBC minimal perusahaan asuransi yang ditetapkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada level 120 %.

#### 4) PT Jiwasraya Persero

Siregar (2020) menyatakan bahwa PT Asuransi Jiwasraya (Persero) mengalami gagal bayar gagal bayar polis dan membutuhkan dana sekitar Rp.32,89 triliun untuk memenuhi rasio Risk Based Capital (RBC) sebesar 120%, hal ini disebabkan karena kecerobohan manajemen dalam menempatkan dana nasabahnya ke dalam investasi yang tidak menguntungkan. Nurdiana (2019) menginformasikan bahwa awalnya PT Asuransi Jiwasraya memiliki aset yang sangat besar yakni sebesar Rp. 25 triliun. Namun aset tersebut menyusut menjadi Rp. 2 triliun karena sebagian besar dana terjebak dalam investasi saham yang nilainya dibawah Rp. 50,- per saham. Bahkan saat ini saham-saham tersebut sudah mendapat suspensi dari Bursa Efek Indonesia (BEI).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2021), jumlah perusahaan asuransi (tidak termasuk perusahaan penunjang asuransi) adalah sebanyak 150 perusahaan. Dari 150 perusahaan, termasuk PT Asuransi Sinar Mas merupakan salah satu asuransi yang tidak mengalami masalah seperti asuransi tersebut di atas. Berdasarkan informasi dari Asuransi Sinas Mas (2021) hasil kinerja penjualan produk asuransi dan laba yang diperoleh perusahaan Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Data Penjualan dan Laba Asuransi Sinarmas

Penjualan Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG pada akhir tahun 2017 sampai dengan akhir tahun 2020 masing-masing sebesar Rp. 1.993.699, Rp. 3.321.517, Rp. 6.435.660, Rp. 7.367.450, yang dinyatakan dalam jutaan rupiah. Ini berarti bahwa Asuransi Sinarmas memiliki kinerja penjualan produk asuransi yang baik karena mengalami peningkatan dari waktu ke waktu.

Pada tahun 2021 data yang ada hanya kuartal pertama dan kedua. Jika data tersebut dibandingkan dengan tahun – tahun sebelumnya, maka terlihat ada penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Hasil yang sama juga dikorfiriasi oleh Kepala Cabang PT Bank Sinarmas Tbk Cabang Singaraja berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 11 November 2021 yang menjelaskan bahwa terjadi penurunan penjualan produk asuransi di masa pandemi Covid-19, terlebih lagi dengan adanya penerapan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM).

Namun demikian, secara agregat pada laba yang dihasilkan berdasarkan laporan konsolidasi tidak mengalami penurunan seiring dengan penurunan pendapatan. Ini berarti bahwa Asuransi Jiwa Sinarmas berhasil dalam menekan biaya-biaya semaksimal mungkin sehingga laba masih lebih bagus dari periode sebelumnya. Walaupun demikian peningkatan penjualan perlu tetap diupayakan agar dapat mengantisipasi jika biaya-biaya yang harus dikeluarkan tidak dapat ditekan sehingga mengalami peningkatan.

Untuk dapat meningkatkan penjualan perusahaan perlu memperhatikan bagaimana *customers* mengambil keputusan dalam membeli produk-produk asuransi. Sebelum membeli barang (bukan jasa), kebanyakan *customers* lebih suka mencoba produk terlebih dahulu karena metode tersebut merupakan cara termudah dalam menentukan kualitas produk yang akan dibeli. Hal tersebut tidak berlaku pada pembelian produk jasa seperti asuransi. Calon *customers* yang akan membeli produk jasa seperti asuransi tidak dapat mencoba produk asuransi untuk mengetahui informasi kualitas produk yang akan dibeli. Dengan demikian, bagi *customers* keputusan pembelian produk asuransi merupakan tindakan yang relatif lebih sulit untuk diambil dibandingkan dengan pembelian produk barang atau jasa yang bisa dicoba terlebih dahulu.

Berdasarkan Assauri (2004), keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses keputusan itu dibuat (Schiffman & Kanuk, 2014). Menurut Kotler et al. (2007), keputusan pembelian merupakan suatu tahap penyelesaian masalah mengenai produk yang akan dibeli, terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan, pencarian

informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan terakhir perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan.

Djharuddin (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Service quality* (kualitas layanan) merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu perusahaan agar dapat memenangkan persaingan di hati konsumen. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas merupakan keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk maupun jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan (Lupiyoadi, 2001). *Service quality* merupakan evaluasi pelanggan tentang kesempurnaan kinerja layanan yang diberikan oleh perusahaan pada konsumennya. *Service quality* sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan, hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas layanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang bisnis, kualitas layanan (*service quality*) menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima secara nyata dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Dalam

penelitian yang dilakukan oleh (Nurnaningsih & Santosa, 2012) dinyatakan bahwa *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Peningkatan biaya perawatan medis dan urgensi untuk melindungi upaya kesejahteraan keluarga seseorang, kebutuhan akan perlindungan asuransi menjadi diperlukan untuk kehidupan yang aman. Pada dasarnya kita membutuhkan rasa aman baik untuk saat ini maupun yang akan datang karena rasa aman dan kepastian kelangsungan hidup merupakan hal mutlak yang selalu diinginkan. Kita juga membutuhkan produk yang dapat memberikan keamanan dan menjamin kelangsungan hidup, keluarga dan bisnis mereka. Produk ini kita kenal dengan nama asuransi. Asuransi memainkan peran penting terhadap risiko hidup seperti kematian atau kecelakaan yang tidak pasti. Asuransi merupakan sarana *financial* dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi resiko kematian, menghadapi atas harta benda yang dimiliki atau untuk berinvestasi. Demikian pula dunia usaha dalam menjalankan kegiatannya, menghadapi berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya. Walaupun banyak metode untuk menangani resiko, namun asuransi merupakan metode yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap resiko yang dihadapi perorangan maupun resiko yang dihadapi perusahaan. Selain asuransi jiwa, ada juga asuransi investasi yang dapat membantu pelanggan untuk merencanakan pengelolaan keuangannya. Dalam industri asuransi, setiap pemegang polis memiliki kriteria sendiri-sendiri untuk memilih perusahaan asuransi yang diinginkannya. Ada pemegang polis yang menginginkan suatu perusahaan asuransi bisa memberikan keuntungan lebih selain proteksi diri seperti bunga investasi yang tinggi. Ada pula pemegang polis yang



menginginkan produk jasa yang tepat, layanan yang lebih cepat, efektif dan efisien. Serta ada nasabah yang memilih sebuah asuransi karena adanya faktor kepercayaan.

Banyaknya produk asuransi yang beredar di masyarakat membuat seseorang harus selektif dalam memilih asuransi apa yang akan digunakan sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain menentukan jenis asuransi, seseorang juga harus selektif dalam memilih perusahaan asuransi yang berkualitas dan mempunyai *image* yang baik di mata masyarakat. Pandangan yang baik di mata masyarakat akan mempermudah masyarakat dalam merekomendasikan produk-produk yang dimiliki perusahaan asuransi atau bank kepada rekan sejawatnya. Mengenai pembelian produk asuransi, rekomendasi dari rekan-rekan yang berpengetahuan tentang produk asuransi yang dikenal dengan istilah *peer influence* merupakan aspek penting dari keputusan pembelian.

Banyak penelitian sebelumnya melakukan kajian terhadap efek *Expert Reviews* dan *Word of Mounth* ( WOM ), sementara masih jarang yang meninjau aspek *peer influence* dan *service quality* dalam keputusan pembelian produk khususnya asuransi. Selain itu yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian ini adalah adanya *gap* hasil penelitian terkait dengan hubungan antara variabel *peer influence* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian. *Gap* hasil penelitian terutama terkait dengan jenis produk yang ditawarkan seperti *public* dan *private* pada produk *luxury* atau *necessity* (Makgosa & Mohube, 2007). Dari uraian di atas, menjadi alasan penulis untuk memilih judul “ **Pengaruh *Peer Influence* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi ( PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja) “**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Terjadi penurunan pendapatan yang signifikan pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Tahun 2021.
2. Terjadi penurunan pendapatan yang signifikan pada PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja Tahun 2021.
3. Adanya *gap* hasil penelitian terkait dengan hubungan antara variabel *peer influence* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian

## 1.3 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh simultan *peer influence* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja?
2. Bagaimana pengaruh parsial *peer influence* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja?
3. Bagaimana pengaruh parsial *service quality* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menguji secara empirik pengaruh simultan *peer influence* dan *service quality* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja.
2. Menguji secara empirik pengaruh parsial *peer influence* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja.
3. Menguji secara empirik pengaruh parsial *service quality* terhadap keputusan pembelian produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

##### 1.5.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada teori-teori manajemen sebagai berikut.

- 1) Kontribusi empiris terhadap teori keputusan pembelian
- 2) Pengembangan model terintegrasi pengaruh *Peer Influence* dan *Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian.

### 1.5.2 Manfaat praktis

- 1) Bagi perusahaan asuransi, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam memahami pengaruh *Peer Influence* dan *Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian.
- 2) Bagi PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk Cabang Singaraja, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran produk asuransi.

