

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang canggih dan modern di Indonesia, tidak dapat menjamin akan rendahnya tingkat kerugian seperti kehilangan, kerusakan, maupun kecelakaan. Ketidakpastian terjadi akibat sesuatu yang tidak dapat dikehendaki sehingga dapat menimbulkan suatu kerugian yang disebut risiko. Banyak faktor risiko yang pasti terjadi di kemudian hari, mulai dari risiko sakit, risiko kehilangan harta benda atau aset, cacat total hingga risiko meninggal atau kehilangan jiwa. Meminimalisir risiko dapat dilakukan dengan cara mengurangi efek negatif risiko itu sendiri, menghindari risiko, memindahkan risiko kepada pihak lain, yaitu dengan menampung semua konsekuensi yang terjadi pada risiko tertentu. Salah satu bentuk dari pengelolaan risiko sendiri adalah asuransi. Berbagai macam jenis asuransi salah satunya adalah asuransi unit link.

Asuransi unit link merupakan asuransi yang memiliki dua kantong, yaitu kantong untuk proteksi dan kantong investasi (website resmi AAJI, diakses pada 11 Februari 2019). Uang premi yang dibayarkan sebagian digunakan untuk proteksi dan sebagian lagi akan ditempatkan pada reksadana dalam bentuk unit link. Asuransi proteksi atau asuransi jiwa pada unit link merupakan ketidakmampuan seseorang dalam pertanggung jawaban pada jiwa dan memenuhi kebutuhan keluarga, karena adanya kemungkinan individu tersebut meninggal sebelum tua atau hidup

terlalu lama. Selain itu, pada asuransi unitlink pemegang polis dapat memilih investasi yang akan di tempatkan baik pada reksadana saham, reksadana campuran, reksadana pendapatan tetap atau pasar uang.

Sepanjang tahun 2018 pada bisnis industri asuransi jiwa nasional terus tumbuh. Tercatat bahwa pertumbuhan pada pendapatan premi gabungan asuransi jiwa dan unit link di Indonesia pada kuartal kedua 2018 naik 5,5% menjadi Rp93,5 triliun dibanding periode sama 2017 (website resmi AAJI, diakses pada 28 Agustus 2018). Penduduk Indonesia berjumlah 254,9 juta jiwa (website resmi BPS, diakses pada 25 September 2015) dimana persentase pengguna asuransi jiwa hanya sebesar 6,6 persen (website resmi AAJI, diakses pada 06 November 2018). Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak penduduk Indonesia yang belum melakukan tindakan meminimalisir risiko dalam bentuk penggunaan asuransi jiwa. Dalam hal ini, terdapat faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas individu dalam berasuransi jiwa seperti persepsi, literasi keuangan dan kepercayaan.

Perekonomian Indonesia triwulan III-2018 terhadap triwulan III-2017 tumbuh 5,17 persen (website resmi BPS, diakses pada 05 November 2018). Perkembangan ekonomi Indonesia masih cukup positif, hal ini dapat dilihat dari inflasi yang stabil pada angka 3,2%. Pertumbuhan ekonomi ini mayoritas ditopang dari meningkatnya konsumsi masyarakat (website resmi Kementerian Keuangan Republik Indonesia, diakses pada 31 Mei 2018). Pertumbuhan ekonomi yang semakin baik dapat dilihat dari tingkat pendapatan dan jumlah penduduknya sehingga dinilai memiliki tingkat kesejahteraan cukup tinggi sehingga memiliki

peluang besar sebagai pengguna asuransi jiwa yang cukup banyak dibandingkan negara-negara lainnya.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas dalam berasuransi seseorang adalah literasi keuangan yang dimiliki seorang individu. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangan secara baik dengan melakukan suatu tindakan-tindakan pencegahan yang tepat terhadap risiko kerugian, sehingga pendistribusian keuangan dapat dilakukan dengan tepat (Mahdzan & Peter Victorian, 2013). Selain itu, seseorang dengan literasi keuangan yang baik memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menangani masalah keuangan sehari-hari sehingga dapat mengurangi dampak negatif dari keputusan akan pengelolaan keuangan yang salah dimana akan membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk memperbaikinya. Semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap loyalitas berasuransi. Literasi keuangan individu, 32,7 persen kaum laki-laki mengaku paham sedangkan perempuan 25,04 persen. Pada sektor asuransi, laki-laki yang paham dan menggunakan asuransi mencapai 18,44 persen sedangkan perempuan 13,01 persen (website resmi OJK, diakses pada 24 Januari 2017). Menurut Belyaeva & Polyakova (2016) cara terbaik untuk meningkatkan literasi keuangan yaitu dengan mengasah kemampuan dalam merencanakan serta kesediaan untuk mengambil risiko. Berdasarkan penelitian dari Lin, Hsiao, Yeh (2017), Zainuddin Zakaria, Nurul Marina Azmi et al. (2017) serta Dalkilic & Kirkbesoglu (2015) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan individu dalam berasuransi jiwa. Pada penelitian Belyaeva & Polyakova (2016)

kepercayaan, niat baik, literasi keuangan berpengaruh terhadap loyalitas layanan bank seperti tabungan, kredit dan asuransi. Selain itu penelitian Arena , Zenginb (2016) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan seseorang. Hasil berbeda ditemukan oleh penelitian Adiandari & Winata (2017) dimana penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepemilikan individu dalam berasuransi. Selain itu, menurut Yushita (2017) pada hasil penelitiannya literasi asuransi konsumen umumnya rendah dan diperburuk oleh faktor-faktor seperti pengetahuan produk yang rendah, kepercayaan rendah, rendahnya kesadaran akan risiko dan biasanya perilaku pengambilan keputusan.

Loyalitas dalam berasuransi juga dapat dilihat dari persepsi seseorang. Pada tingkat pengetahuan keuangan individu terhadap produk asuransi unit link dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, adanya hal tersebut tidak menutup kemungkinan masih banyak individu yang belum menggunakan asuransi unit link. Banyak individu yang berpersepsi tentang asuransi dimana masih menganggap bahwa asuransi bukanlah kebutuhan pokok yang harus dimiliki. Individu yang memutuskan untuk menggunakan asuransi pada umumnya didasarkan atas sakit kritis, kekhawatiran akan kecelakaan, cacat tetap total, usia tua maupun meninggal dunia yang akan dialami di masa depan. Menurut Kotler dan Keller (2012) persepsi merupakan suatu proses yang digunakan oleh setiap individu untuk memilih, menginterpretasi, dan mengorganisasi masukkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang dapat memiliki arti.

Individu memiliki persepsi terhadap barang atau jasa yang akan dimiliki akan memperhatikan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi persepsinya. Menurut Robbin (2016, 203), terdapat tiga faktor yang dapat mempengaruhi persepsi individu yaitu meliputi target dan obyek, pelaku persepsi, serta situasi. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Chaudhary (2016) menunjukkan bahwa terdapat enam faktor yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu layanan yang disesuaikan dan tepat waktu, reputasi perusahaan yang lebih baik, kualitas layanan yang efektif, kenyamanan pelanggan, manfaat dan hubungan pada pelanggan yang sehat yang mempengaruhi persepsi individu terhadap loyalitas membeli polis asuransi jiwa. Indikator yang mengukur persepsi menurut Chen, Yan, Fan, Gordon (2015) berupa sembilan persepsi terhadap produk seperti harga, waktu, kualitas, produk, pelayanan, nilai, kesehatan, kerahasiaan dan sosial. Selain itu, terdapat tiga hal yang mempengaruhi persepsi manfaat yaitu harga rendah, seleksi produk dan pembelian. Banyaknya indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi sehingga nantinya akan dilakukan analisis faktor.

Mar'atur & Lestari (2013) mengatakan bahwa setiap orang mempersepsikan dengan cara yang berbeda dan sangat tergantung pada karakteristik psikologis dan keadaan orang tersebut. Semakin tinggi persepsi yang dimiliki seseorang, akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap loyalitas berasuransi. Penelitian tersebut didukung dengan penelitian Ayu & Silvia (2017) tentang persepsi individu terhadap asuransi berperan dalam loyalitas seseorang menggunakan asuransi jiwa. Didukung dengan penelitian Nurhayati, Lestari (2018) dimana persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berasuransi Jiwa. Selain itu, hasil penelitian Chen,

Yan, Fan, Gordon (2015) membuktikan bahwa persepsi risiko dan persepsi manfaat berpengaruh terhadap kepuasan membeli. Hasil berbeda dari penelitian Yea, Liub, Wang, Ming, & Shia (2017) persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap permintaan asuransi.

Kepercayaan seseorang terhadap produk dapat dikatakan sebagai harapan bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya (Siagian dkk., 2014). Kepercayaan juga dapat meningkatkan keinginan dalam mulai menggunakan atau proses penggunaan secara berkelanjutan bagi calon pelanggan maupun pelanggan. Menurut Chen & Chang (2012) dalam membentuk kepercayaan seseorang terdapat empat indikator yakni : kepercayaan mengenai kehandalan kinerja, kepercayaan akan reputasi yang baik, kepercayaan akan keamanan bertransaksi dan kepercayaan akan tidak bertindak secara ilegal. Menurut Jayantari & Seminari (2018) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan produk serta peran kepercayaan secara signifikan mampu memediasi persepsi risiko dan niat menggunakan produk. Sehingga dapat dikatakan bahwa niat menggunakan akan menjadi semakin tinggi jika kepercayaan yang dimiliki mampu menurunkan persepsi risiko yang mungkin ditimbulkan. Hasil penelitian Chen, Yan, Fan, Gordon (2015) Kepercayaan ditemukan memediasi hubungan antara persepsi manfaat terhadap kepuasan pembelian. Didukung penelitian dari Paidi, Kaltum, Helmi (2018) kepercayaan memediasi pengaruh citra perusahaan, kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas berasuransi. Menurut Tonder (2016) kepercayaan dan komitmen sebagai mediator hubungan antara saran kualitas dan loyalitas pelanggan. Namun, berbeda

dengan penelitian Rivai & Wahyudi (2018) kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan dengan loyalitas pelanggan.

Melihat latar belakang yang telah dijabarkan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Terhadap Loyalitas Berasuransi dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”**. dengan mengambil sampel di wilayah Seluruh Indonesia

1.2 Perumusan Masalah

Penelitian ini dapat dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, yakni :

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, berikut rumusan masalah penelitian ini :

- 1 Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas berasuransi jiwa?
- 2 Apakah persepsi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas berasuransi?
- 3 Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas berasuransi?
- 4 Apakah kepercayaan memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap loyalitas berasuransi?
- 5 Apakah kepercayaan memediasi pengaruh persepsi terhadap loyalitas berasuransi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap loyalitas berasuransi.

2. Untuk menguji pengaruh persepsi terhadap loyalitas berasuransi.
3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas berasuransi.
4. Untuk menguji kepercayaan sebagai mediasi pengaruh terhadap literasi keuangan pada loyalitas berasuransi.
5. Untuk menguji kepercayaan sebagai mediasi pengaruh terhadap persepsi pada loyalitas berasuransi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan didapat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh beberapa pihak, yaitu bagi peneliti, bagi pembaca, dan bagi peneliti selanjutnya. Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini :

1. Manfaat Bagi Peneliti

Pada penelitian ini, peneliti diharapkan dapat menambah wawasan sehingga mampu mengasah kemampuannya dalam menganalisis dan mendapatkan pengetahuan lebih banyak terkait faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas berasuransi jiwa seperti persepsi, literasi keuangan, dan kepercayaan

2. Manfaat Bagi Pembaca dan Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengetahuan serta tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas berasuransi jiwa seperti literasi keuangan, persepsi dan kepercayaan bagi masyarakat di Indonesia.

3. Manfaat Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya sehingga bisa mengkaji lebih dalam mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas berasuransi jiwa di Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan Tesis

Dalam sistematika Tesis terdapat lima bab yang di dalamnya berisikan sub bab tentang uraian penjelasan. Adapun sistematika penulisan Tesis penelitian ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan Tesis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang prosedur atau cara untuk mengetahui hal-hal dalam penelitian dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis. Isi dari bab ini meliputi hal-hal seperti rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel, dan teknik

pengambilan sampel, instrumen penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan mengenai data yang telah terkumpul dan pembahasan terkait analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini baik analisis deskriptif maupun analisis statistik. Sub bab yang ada bab ini adalah gambaran subjek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas analisis yang telah dilakukan. Bab ini juga membahas evaluasi terkait dengan keterbatasan pada penelitian kali ini beserta saran atas keterbatasan tersebut. Sub bab yang ada pada bab ini adalah kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran

