

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Timbulnya suatu risiko merupakan sesuatu yang belum pasti, sementara kemungkinan bagi seseorang akan mengalami kerugian atau kehilangan yang dihadapi oleh setiap individu merupakan suatu hal yang tidak diinginkan. Ketidakpastian mengandung risiko yang dapat menimbulkan ancaman bagi setiap pihak. Ketidakpastian tersebut melahirkan kebutuhan untuk mengatasi risiko kerugian yang mungkin timbul sebagai konsekuensi dari ketidakpastian tersebut (Junaedy, 2011). Asuransi merupakan salah satu bentuk pengalihan risiko yang paling banyak dipakai. Asuransi menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung terhadap risiko yang dihadapi perorangan maupun risiko yang dihadapi perusahaan (Herman, 2001).

Asuransi merupakan kontrak atau perjanjian dimana pihak tertanggung, yaitu individu atau entitas, menerima perlindungan keuangan dari pihak penanggung, perusahaan asuransi. Dengan kata lain, asuransi adalah alat transfer risiko dari individu kepada perusahaan asuransi (Jurkovičová, 2016). Terdapat beberapa bentuk asuransi diantaranya yang paling sering kita dengar asuransi jiwa, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan dan juga asuransi kebakaran. Asuransi memiliki beberapa fungsi diantaranya sebagai: (i) pengalihan risiko; (ii) penghimpun dana; (iii) penyeimbang premi. Selain fungsi, asuransi juga memiliki tujuan diantaranya sebagai penjamin kepada nasabah agar terlindung atas risiko

dari peristiwa tidak terduga, meningkatkan efisiensi terhadap suatu hal dan juga sebagai tabungan nasabah.

Menurut laporan perasuransian yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, industri asuransi di Indonesia mengalami peningkatan. Jumlah perusahaan yang beroperasi di Indonesia per 31 Desember 2016 mencapai 383 perusahaan, dengan 146 perusahaan asuransi dan reasuransi dan 237 perusahaan penunjang usaha asuransi. Jika dilihat dari jumlah premi bruto industri asuransi pada tahun 2016 meningkat 22,4 persen dari tahun sebelumnya, yaitu dari 295,56 menjadi Rp 361,78 triliun. Dalam lima tahun terakhir, pertumbuhan rata-rata premi bruto adalah sekitar 19,8 persen. Kontribusi sektor asuransi terhadap PDB yang dicerminkan oleh rasio antara premi bruto terhadap PDB juga mengalami peningkatan sebesar 0,36 persen dari 2,56 persen pada tahun 2015 menjadi 2,92 persen pada tahun 2016.

Meskipun asuransi memegang kedudukan yang penting untuk mengatasi ketidakpastian (Novie dan Hartoyo, 2014) dan industri asuransi sudah mengalami pertumbuhan tetapi masih belum diimbangi dengan jumlah pengguna asuransi. Dikutip dari *cnnindonesia* (18/10/2016), Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa tingkat utilitas atau tingkat pengguna produk asuransi oleh masyarakat Indonesia baru 11,81 persen. Artinya, dari 100 penduduk Indonesia, baru 11 penduduk yang mempunyai polis asuransi. Hal ini menandakan bahwa masih rendahnya kesadaran akan pentingnya asuransi dan niat dari masyarakat Indonesia untuk melakukan pembelian asuransi sebagai bagian dari perencanaan keuangannya.

Pembelian asuransi dapat dipengaruhi oleh adanya motif dari konsumen. Motif merupakan dorongan dari individu yang timbul karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motif adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang untuk bertindak (Kotler, 2005:215). Setiap orang mempunyai motif yang berbeda dalam melakukan pembelian asuransi. *Saving motives* diteliti sebagai motif seseorang untuk menabung dalam rangka persiapan masa depannya. Menurut Mahdzan & Victorian (2013), terdapat empat jenis *saving motives* yaitu *precautionary motives*, *life cycle motives*, *bequest motives* dan *wealth accumulation motives*. Penelitian ini membuktikan bahwa *saving motives* berpengaruh positif terhadap permintaan asuransi jiwa di Malaysia. Hal ini berarti bahwa permintaan asuransi jiwa oleh penduduk Malaysia dipengaruhi oleh motif berjaga – jaga akan peristiwa tak terduga (*precautionary motives*), persiapan atas peristiwa dalam siklus hidup seperti pendidikan (*life cycle motives*), motif untuk meninggalkan warisan kepada keluarga atau tertanggung (*bequest motives*) dan motif untuk mengakumulasikan kekayaan atau mendapatkan keuntungan (*wealth accumulation motives*).

Maraknya kasus asuransi di Indonesia menyebabkan orang enggan untuk berasuransi. Dikutip dari merdeka.com, menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), bisnis asuransi menduduki peringkat ketujuh dari keseluruhan pengaduan yang diterima YLKI. Terdapat 32 kasus asuransi, dimana 53 persen merupakan masalah klaim konsumen ditolak oleh perusahaan asuransi. Hal ini menimbulkan kesan buruk masyarakat terhadap industri asuransi. Tidak hanya dari masalah klaim, kurangnya pengetahuan masyarakat akan asuransi dan juga

asuransi yang masih belum menjadi kultur bagi masyarakat Indonesia menjadi penyebab rendahnya pengguna asuransi di Indonesia. Ulbinaite (2011) dalam Ulbinaite dan Kučinskienė (2013) mengungkapkan bahwa layanan asuransi sulit untuk dibeli oleh konsumen dikarenakan konsumen dihadapkan pada kesulitan dalam memahami dan mengevaluasi dengan tepat suatu risiko, memilih dan mengevaluasi premi, kualitas dan manfaat layanan asuransi. Oleh sebab itu, penyedia layanan asuransi yang kompeten diperlukan untuk membantu konsumen dalam memilih layanan asuransi.

Kompetensi penyedia layanan asuransi dapat menjadi pertimbangan individu untuk membeli asuransi. Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki untuk menghasilkan kinerja yang optimal. Kompetensi mengarah pada pengetahuan, keterampilan, sikap penyedia layanan asuransi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kompetensi penyedia layanan asuransi memungkinkan penyedia asuransi untuk mampu memuaskan kebutuhan nasabah, menyediakan layanan yang berkualitas dan membantu konsumen membuat keputusan yang terbaik (Ulbinaite, Kucinskiene dan Moullec (2013). Kompetensi penyedia layanan asuransi juga dapat tercermin dari kompetensi agen asuransi. Penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaite, *et al* (2013) membuktikan bahwa kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh langsung terhadap keputusan membeli asuransi. Hal ini membuktikan bahwa kompetensi penyedia layanan asuransi menjadi faktor determinan dalam melakukan pembelian asuransi di Lithuania. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi

pengaruh kompetensi penyedia layanan asuransi terhadap keputusan membeli asuransi.

Pengalaman merupakan salah satu faktor yang dapat dijadikan pertimbangan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian atas suatu produk asuransi. Pengalaman dapat diartikan sebagai sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, ditanggung). Tidak hanya pengalaman diri, namun pengalaman orang lain pun dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian asuransi. Seseorang akan cenderung untuk menceritakan pengalaman mereka atas penggunaan suatu produk atau layanan ketika mereka merasakan manfaat atau kerugian atas produk tersebut, seperti kemudahan yang diterima dan pelayanan yang terima selama menggunakan produk asuransi. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu, *et al* (2016) membuktikan bahwa semakin banyak pengalaman yang menyenangkan dalam pembelian suatu produk akan meningkatkan niat pembelian atas produk tersebut. Inti (2016) menjelaskan bahwa dengan melihat dan mendengar pengalaman positif orang lain yang menggunakan asuransi, seorang konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk menggunakan asuransi. Berbeda dengan Inti (2016), penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaite, *et al* (2013) membuktikan bahwa pengalaman positif mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan membeli asuransi.

Kecenderungan berarti keinginan untuk melakukan suatu tindakan (KBBI). Sehingga dapat dikatakan bahwa kecenderungan membeli asuransi merupakan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian asuransi. Seseorang yang

memiliki kecenderungan membeli yang tinggi, akan cenderung bersedia untuk menyisihkan uangnya untuk melakukan pembayaran premi asuransi sebagai jaminan atas stabilitas hidup di masa yang akan datang (Ulbinaitė, *et al*, 2013). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ulbinaitė, *et al* (2013) menunjukkan bahwa kecenderungan membeli berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi. Seseorang yang memiliki kecenderungan membeli yang tinggi akan memungkinkan bagi seseorang untuk melakukan pembelian aktual atas suatu produk asuransi. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kecenderungan membeli dapat memediasi pengaruh kompetensi dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul “PENGARUH *SAVING MOTIVES*, KOMPETENSI DAN PENGALAMAN POSITIF TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI ASURANSI DENGAN KECENDERUNGAN MEMBELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”.

1.2. **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *saving motives* berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi?
2. Apakah kompetensi berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi?
3. Apakah pengalaman positif berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi?

4. Apakah kecenderungan membeli memediasi pengaruh kompetensi terhadap keputusan membeli asuransi?
5. Apakah kecenderungan membeli memediasi pengaruh pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi?
6. Apakah kecenderungan membeli berpengaruh positif terhadap keputusan membeli asuransi?

1.3. **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain:

1. Mengkaji pengaruh *saving motives* terhadap keputusan membeli asuransi.
2. Mengkaji pengaruh kompetensi terhadap keputusan membeli asuransi.
3. Mengkaji pengaruh pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi.
4. Mengkaji pengaruh kompetensi terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.
5. Mengkaji pengaruh pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.
6. Mengkaji pengaruh kecenderungan membeli terhadap keputusan membeli asuransi.

1.4. **Manfaat Penelitian**

Dengan dicapainya tujuan penelitian, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak diantaranya:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi penulis untuk memahami pengaruh *saving motives*, kompetensi dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.

2. Bagi Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan referensi serta ilmu pengetahuan baru bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan Asuransi

Penelitian berjudul “Pengaruh *Saving Motives*, Kompetensi dan Pengalaman Positif Terhadap Keputusan Membeli Asuransi Dengan Kecenderungan Membeli Sebagai Variabel Mediasi” diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi perusahaan asuransi dalam memaksimalkan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur manajemen keuangan, khususnya mengenai pengaruh *saving motives*, kompetensi dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Proposal ini ditulis berdasarkan pada pedoman penulisan skripsi STIE Perbanas Surabaya dan ditulis secara sistematis agar mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan proposal adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini secara umum diuraikan latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan diuraikan tentang hasil penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, penyusunan instrumen penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini dijelaskan mengenai garis besar data tanggapan responden berdasarkan beberapa karakteristik seperti faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, umur, pendapatan, pendidikan terakhir dan jenis pekerjaan. Selain itu, pada bab ini

akan dijelaskan mengenai hasil analisis data dari variabel penelitian yang telah diuji serta dibahas mengenai hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dibahas. Adapun isi dari bab lima yaitu meliputi kesimpulan, keterbatasan penelitian serta saran yang diperlukan bagi peneliti.

