

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia seringkali dihadapkan pada pengambilan keputusan dengan beberapa pilihan. Setiap keputusan yang dipilih akan selalu diikuti oleh risiko, sementara risiko tersebut bersifat tidak pasti. Manusia perlu melakukan tindakan yang dapat meminimalisir risiko tersebut, salah satu cara mengalihkan risiko adalah dengan menggunakan produk asuransi.

Menurut *Certified Wealth Managers Association* salah satu definisi dari *wealth management* yaitu sebuah sistem yang bersifat komprehensif dan kohesif dengan tujuan untuk melindungi dan menjaga aset, mengembangkan akumulasi aset dan mentransisi aset yang dimiliki ke ahli waris. Terdapat 3 pilar utama dalam ilmu *wealth management* yaitu, (1) *wealth protection & preservation*, (2) *wealth growth & accumulation*, dan (3) *wealth distribution & transition*.

Pilar pertama, *wealth protection & preservation*, bertujuan untuk memberikan proteksi atas aset yang dimiliki. Pilar pertama memiliki beberapa produk yaitu, (1) Asuransi, (2) *Hedge*, (3) *Trust*, (4) *Diversification*, dan (5) *Residence & citizenship*. Pilar kedua, *wealth growth & accumulation*, bertujuan untuk memperbanyak aset kekayaan yang dimiliki. Produk pilar kedua yaitu, (1) Manajemen pajak, (2) Manajemen investasi, (3) Bisnis ventura, dan (4) Manajemen keuangan. Pilar ketiga, *wealth distribution & transition*, bertujuan

untuk mendistribusikan atau memindahkan aset. Produk pilar ketiga yaitu, *estate* dan dana pensiun (Diakses pada web Certified Wealth Managers Association, tanggal 25 Maret 2019, <https://www.cwma.or.id/>).

Berdasarkan pilar pertama dalam teori *wealth management* manusia perlu melakukan proteksi diri dan aset yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan atas rasa aman. Setiap keputusan yang diambil tentunya selalu diikuti oleh risiko. Risiko-risiko tersebut sering kali terjadi pada saat yang tidak terduga. Untuk meminimalisir risiko yang terjadi maka setiap individu perlu menggunakan atau memanfaatkan produk-produk asuransi yang sudah ada. Asuransi merupakan bagian dari pilar pertama yaitu *wealth protection & preservation* yang menjelaskan bagaimana suatu aset individu dapat terhindar dari kehilangan aset yang dimiliki maupun risiko dari penurunan aset.

Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2014, asuransi merupakan perjanjian oleh dua belah pihak yang mana pihak yang bertanggung akan membayarkan iuran atau premi kepada pihak yang menanggung dan pihak yang menanggung berkewajiban untuk memberikan jaminan kepada pihak tertanggung apabila mengalami musibah baik kehilangan barang maupun kecelakaan.

Menurut Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia, asuransi jiwa merupakan program perlindungan dalam bentuk pengalihan risiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Memiliki asuransi jiwa berarti mempersiapkan diri untuk mengurangi atau mengalihkan risiko ekonomis yang kemungkinan terjadi apabila seseorang yang dipertanggungkan meninggal.

Mengalihkan risiko berarti mengurangi beban ahli waris yang akan terjadi dikemudian hari.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis asuransi yang disediakan diantaranya : (1) Asuransi Jiwa, (2) Asuransi Kesehatan, (3) Asuransi Kendaraan, (4) Asuransi Kepemilikan Rumah dan Properti, (5) Asuransi Pendidikan, (6) Asuransi Bisnis, (7) Asuransi Umum, (8) Asuransi Kredit, (9) Asuransi Kelautan, dan (10) Asuransi Perjalanan. Masing-masing asuransi tentunya memiliki fungsi yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan masing-masing pengguna. Memiliki asuransi merupakan sebuah keuntungan bagi pengguna sebab asuransi dapat membagi risiko yang mungkin akan diterima oleh pengguna asuransi khususnya asuransi jiwa. (Diakses dari *website cermati.com* pada 15 september 2019, <https://www.cermati.com/artikel/jenis-jenis-asuransi-di-indonesia-apa-saja>).

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2013 membagi masyarakat menjadi empat kategori berdasarkan tingkat literasinya terhadap produk asuransi yaitu : (1) *well literate*, (2) *sufficient literate*, (3) *less literate*, dan (4) *not literate*. Berdasarkan pengkategorian tersebut sebanyak 17,84% masuk dalam kategori *well literate*, 41,69% masuk dalam kategori *sufficient literate*, 0,68% masuk dalam kategori *less literate*, dan sisanya sebanyak 39,8% masih belum terliterasi atau *not literate*. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah masyarakat yang belum terliterasi (*not literate*) masih cukup banyak (Firli,. 2017).

Tabel 1.1
LITERASI KEUANGAN INDONESIA

	Bank	Insurance	Financial funding	Pension Funds	Capital Market	Pawnshop
Well Literate	21,8%	17,84%	9,80%	7,13%	3,79%	14,85%
Sufficient Literate	75,44%	41,69%	17,89%	11,74%	2,40%	38,89%
Less Literate	2,04%	0,68%	0,21%	0,11%	0,33%	0,83%
Not Literate	0,73%	39,80%	72,10%	81,03%	81,03%	45,44%

Source: National Strategy of Indonesia Financial Literacy (OJK, 2013)

Selain itu, berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia pada tahun 2018 pengguna asuransi mengalami penurunan sebanyak 17,8% yang mana pada tahun 2017 sebanyak 65,53 juta pengguna sekarang menjadi 53,86 juta. Dampak dari perang dagang yang sedang berlangsung pada tahun 2018 membuat kondisi ekonomi melemah sehingga masyarakat membatalkan polis asuransi sebelum perjanjian asuransi berakhir untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu beberapa perusahaan asuransi tengah melakukan konsolidasi bisnis sehingga penjualan polis tersebut menurun. Ditengah menurunnya industri asuransi terdapat beberapa perusahaan asuransi yang tetap mengalami pertumbuhan positif (Diakses pada *website* Kontan.com pada 25 Maret 2019, <https://insight.kontan.co.id/news/nasabah-asuransi-jiwa-menurun>).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang membeli asuransi salah satunya adalah *social security*. Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2004 Tentang Sistem Jaminan Sosial Nasional, *Social Security* (jaminan sosial) adalah salah satu bentuk perlindungan sosial yang diselenggarakan oleh negara untuk menjamin warga negara dalam memenuhi kebutuhan hidup dasar yang layak. Hal-hal yang dijamin terkait kesejahteraan sosial seperti kemiskinan, usia lanjut, kecacatan, pengangguran, keluarga, dan anak-anak.

Penelitian yang dilakukan oleh Gutter & Hatcher (2008) menunjukan bahwa *social security* berpengaruh signifikan negatif terhadap permintaan asuransi. Hal tersebut terjadi akibat semakin banyak biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan jaminan sosial maka biaya yang digunakan untuk menggunakan asuransi semakin berkurang. Sementara itu, Eugster, Lalive, Steinhauer, &

Zweimüller (2011) menyebutkan bahwa pengaruh *social security* terhadap permintaan asuransi sosial yang disediakan oleh pemerintah juga dipengaruhi oleh budaya masing-masing daerah di Swiss.

Selain *social security*, *saving motives* juga menjadi faktor yang dapat mempengaruhi permintaan asuransi. *Saving Motives* adalah niat seseorang untuk menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk ditabung dengan tujuan digunakan dimasa yang akan datang. *Saving motives* banyak diteliti sebagai alasan seseorang menabung untuk mempersiapkan kebutuhan masa depannya. Terdapat empat dimensi *saving motives* yaitu : (1) *precautionary motives*, (2) *life cycle motives*, (3) *bequest motives*, dan (4) *wealth accumulation motives* (Mahdzan & Peter Victorian, 2013) .

Penelitian yang dilakukan oleh Mahdzan & Peter Victorian (2013) menunjukkan bahwa seluruh dimensi *saving motives* berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan asuransi. Sedangkan, penelitian Cuandra & Liani (2019) menyatakan bahwa hanya *life cycle* dan *wealth accumulation motives* saja yang memiliki pengaruh signifikan positif terhadap permintaan asuransi. *Precautionary motives* tidak berpengaruh dan *bequest motives* berpengaruh signifikan negatif.

Selain kedua faktor diatas, status pernikahan juga menjadi penentu seseorang menggunakan asuransi. Penelitian yang dilakukan oleh Mahdzan and Peter Victorian (2013) menunjukkan bahwa pembeli asuransi di Malaysia terbanyak adalah seseorang yang masih lajang kemudian diikuti seseorang yang telah menikah dan yang terakhir adalah seseorang yang menjadi *single parent* (Cerai). Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik menunjukkan terjadi

penurunan jumlah pasangan yang menikah di tahun 2016 sebanyak 6.19%. Sementara angka perceraian meningkat di tahun yang sama sebesar 5.29% di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2016).

Kompetensi perusahaan juga dapat digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi seseorang terhadap permintaan produk asuransi jiwa.. Menurut Ulbinaité et al. (2013) Kompetensi perusahaan asuransi adalah kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Persaingan antar perusahaan asuransi semakin tajam, perusahaan asuransi perlu mengubah paradigma pemasaran dari paradigma lama ke paradigma baru. Paradigma baru bukanlah pada bagaimana membuat produk, tetapi bagaimana cara terbaik perusahaan asuransi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu (Yiswa Rasti Esau, 2015).

Selain variabel-variabel diatas, terdapat pula variabel kecenderungan membeli. Kecenderungan membeli merupakan minat konsumen yang timbul untuk membeli produk yang dirasa bermanfaat, sehingga konsumen tersebut akan membeli produk atas dasar keinginannya. Minat konsumen dapat muncul apabila konsumen merasa bahwa membeli produk asuransi memiliki manfaat yang dapat dirasakan, sehingga konsumen akan melakukan tindakan atas dasar keinginannya untuk membeli produk asuransi. Pembelian asuransi akan memberikan perasaan aman, baik secara finansial maupun psikologi. Hal tersebut dapat menimbulkan kecenderungan seseorang untuk membeli produk asuransi (Ulbinaité et al., 2013).

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dan mengingat pentingnya memiliki produk asuransi, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian :

“Pengaruh Status Pernikahan, *Social Security*, *Saving Motives*, Dan Kompetensi Perusahaan Terhadap Permintaan Asuransi Dengan Kecenderungan Membeli Sebagai Variabel Mediasi”

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah status pernikahan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi ?
2. Apakah *social security* berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan asuransi ?
3. Apakah *saving motives* berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi ?
4. Apakah kompetensi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi ?
5. Apakah kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji bahwa status pernikahan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi,
2. Untuk menguji bahwa *social security* berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan asuransi,

3. Untuk menguji bahwa *saving motives* berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi,
4. Untuk menguji bahwa kompetensi perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan asuransi,
5. Untuk menguji bahwa kecenderungan membeli memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi.

1.4 **Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini dapat dirasakan oleh berbagai pihak yaitu, bagi peneliti, bagi pembaca dan masyarakat dan bagi peneliti selanjutnya, berikut manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terkait permintaan asuransi yang dipengaruhi oleh status pernikahan, *social security*, *saving motives*, dan kompetensi perusahaan yang dimediasi oleh kecenderungan membeli. Selain itu peneliti menjadi lebih mengetahui pentingnya menggunakan produk asuransi.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat terkait pengaruh dari status pernikahan, *social security*, *saving motives*, dan kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi yang dimediasi oleh kecenderungan membeli. Selain itu masyarakat menjadi lebih tau pentingnya menggunakan produk asuransi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan sumber informasi bagi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya khususnya mengenai permintaan asuransi yang dipengaruhi oleh status pernikahan, *social security*, *saving motives*, dan kompetensi perusahaan yang dimediasi oleh kecenderungan membeli. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Penelitian

Dalam sistematika penelitian terdapat lima bab yang di dalamnya berisikan sub bab tentang uraian penjelasan, sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan secara jelas terkait penelitian yang akan dibahas, melalui latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, instrumen penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan

metode pengumpulan data penelitian, 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.