

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan terdahulu digunakan sebagai acuan dalam penyusunan penelitian permintaan asuransi di Indonesia ini. Adapun penelitian yang digunakan sebagai dasar adalah:

2.1.1 Mahdzan & Victorian (2013)

Penelitian yang berjudul “*The Determinants of Life Insurance Demand: A Focus on Saving Motives and Financial Literacy*” oleh Mahdzan & Victorian (2013) ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang memengaruhi permintaan asuransi jiwa dengan fokus pada motivasi menabung dan literasi keuangan. Responden dari penelitian ini adalah 259 masyarakat di Kuala Lumpur, Malaysia. Metode analisis yang digunakan adalah ANOVA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor demografi dan motivasi menabung berpengaruh signifikan, sementara literasi keuangan berpengaruh tidak signifikan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Peneliti terdahulu dan peneliti saat ini menggunakan faktor demografi (tingkat pendapatan) sebagai variabel bebas (X).
2. Penelitian terdahulu dan peneliti saat ini menggunakan *financial literacy* atau literasi keuangan sebagai variabel independennya.

Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah:

Penelitian terdahulu dilakukan di Kuala Lumpur, sementara penelitian yang sekarang dilakukan di Gerbangkertasusila.

2.1.2 Ulbinaite, A. *et al* (2013)

Penelitian yang berjudul “*Determinants of Insurance Purchase Decision Making in Lithuania*” oleh Ulbinaitė, Kučinskienė, & Le Moullec (2013) ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor penentu apa saja yang memengaruhi keputusan membeli asuransi di Lithuania. Responden dari penelitian ini adalah 366 responden, baik yang sudah menggunakan asuransi maupun calon nasabah potensial. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penentu seperti akseptabilitas keadaan asuransi, kompetensi perusahaan penerbit asuransi, dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi yang dibayarkan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Sementara, sikap moneter dan pengalaman positif berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan membeli asuransi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah:

1. Peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan permintaan asuransi sebagai variabel dependennya (Y).
2. Peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan kompetensi perusahaan sebagai variabel independennya (X).
3. Peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasinya (Z).

Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian ini adalah:

1. Penelitian terdahulu dilakukan di Lithuania, sementara penelitian yang sekarang dilakukan di Gerbangkertasusila.
2. Penelitian terdahulu menggunakan akseptabilitas keadaan asuransi, kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi, pengalaman, dan sikap moneter sebagai variabel independennya, sementara penelitian yang sekarang menggunakan literasi keuangan, *risk attitude*, dan tingkat pendapatan sebagai variabel independennya (X).

2.1.3 Fautngiljanan V.V. et al (2014)

Penelitian yang berjudul “Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential di Kota Manado” oleh Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel gaya hidup dan tingkat pendapatan terhadap keputusan menggunakan produk asuransi Prudential di Kota Manado. Responden dari penelitian ini adalah 75 responde dari 300 nasabah Prudential. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Sample F dan Uji Sample t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan tingkat pendapatan memengaruhi secara signifikan keputusan menggunakan produk asuransi prudential di Manado, baik secara simultan maupun parsial. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah:

Peneliti terdahulu dan sekarang menggunakan tingkat pendapatan sebagai variabel bebas (X).

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dan saat ini adalah:

1. Penelitian terdahulu hanya dilakukan di Kota Manado, sementara penelitian yang sekarang dilakukan di wilayah Gerbangkertasusila.
2. Penelitian terdahulu menggunakan SPSS, sementara penelitian yang sekarang menggunakan WrapPLS.

2.1.4 Lisnawati, I.D. (2016)

Penelitian berjudul “Pengaruh Aksestabilitas, Kompetensi, Sikap moneter, dan Pengalaman Positif Pengguna Jasa Asuransi Jiwa Prudential di Yogyakarta” yang dilakukan oleh Lisnawati (2016) ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah:

Penelitian terdahulu dan penelitian saat ini sama-sama menggunakan kompetensi perusahaan sebagai variabel independen (X).

Kemudian, perbedaan dari kedua penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen (Y) yang digunakan oleh peneliti terdahulu adalah keputusan membeli asuransi, sementara peneliti saat ini menggunakan permintaan asuransi sebagai variabel dependen (Y).

2. Peneliti terdahulu tidak menggunakan literasi keuangan, *risk attitude*, tingkat pendapatan sebagai variabel bebas dan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.
3. Penelitian terdahulu hanya mengambil sampel di Yogyakarta, sedangkan peneliti mengambil sampel di Gerbangkertasusila.

2.1.5 Lin, Chaonan *et al* (2017)

Penelitian berjudul “*Financial Literacy, Financial Advisors, and Information on Demand for Life Insurance*” yang dilakukan oleh Lin, Hsiao, & Yeh (2017) ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, penasihat keuangan, dan sumber informasi terhadap permintaan asuransi jiwa. Responden yang digunakan sebanyak 2.472 orang yang berumur 20 tahun atau lebih. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, penasihat keuangan, dan sumber informasi berpengaruh signifikan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah:

Peneliti terdahulu dan sekarang menggunakan literasi keuangan (pengetahuan keuangan) sebagai variabel independen (X).

Perbedaan dari kedua penelitian adalah:

1. Penelitian ini menggunakan responden dari Taiwan sementara penelitian yang sekarang menggunakan responden dari wilayah Gerbangkertasusila.
2. Metode analisis yang digunakan adalah regresi logistik, sementara penelitian yang sekarang menggunakan PLS Path Analysis.

2.1.6 Sin, T.S. *et al* (2017)

Penelitian yang berjudul “*A Preliminary Study On The Relationship Between Psychographic Factors and The Purchase of Life Insurance*” oleh Sin & Chee (2017) ini bertujuan untuk menguji hubungan antara faktor-faktor psikografis (*personal value, risk attitude, trust*) dan membeli asuransi jiwa di masyarakat kota Alor Setar. Responden yang digunakan adalah 108 orang. Metode analisis yang digunakan adalah *Binary Logistic Regression*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *risk attitude* memiliki hubungan negatif signifikan dengan keputusan membeli asuransi. *Personal value* dan *trust* memiliki hubungan tidak signifikan dengan keputusan membeli asuransi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah:

Peneliti terdahulu maupun sekarang juga menggunakan *risk attitude* sebagai variabel independennya (X).

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah:

Penelitian terdahulu menggunakan responden yang berada di Kota Alor Setar, sementara penelitian yang sekarang menggunakan responden yang tinggal di wilayah Gerbangkertasusila.

2.1.7 Nurhayati, I.D. *et al* (2018)

Penelitian yang berjudul “Keputusan Berasuransi, Studi Demografi dan Persepsional” oleh Nurhayati & Lestari (2018) ini bertujuan untuk menguji faktor demografi dan persepsi terhadap keputusan berasuransi masyarakat Gerbangkertasusila. Respondennya merupakan 92 masyarakat Gerbangkertasusila yang menggunakan produk asuransi. Metode analisis yang digunakan adalah

Independent Sample t-test dan ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berasuransi, sementara Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan berasuransi. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah:

1. Kedua peneliti menggunakan faktor demografi (tingkat pendapatan) sebagai variabel bebas (X).
2. Kedua penelitian dilakukan di wilayah Gerbangkertasusila.

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan yang sekarang adalah:

Peneliti terdahulu hanya menggunakan variabel demografi dan persepsional, sementara peneliti yang sekarang menggunakan variabel demografi, literasi keuangan, dan *risk attitude*.

2.1.8 Mersis, K. et al (2019)

Penelitian yang berjudul “*Pengaruh Saving Motives, Kompetensi dan Pengalaman Positif Terhadap Keputusan Membeli Asuransi Dengan Kecenderungan Membeli Sebagai Variabel Mediasi*” oleh Mersis & Silvy (2019) bertujuan untuk menguji pengaruh *saving motives*, kompetensi, dan pengalaman positif terhadap keputusan membeli asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.

Peneliti sampel sebanyak 295 responden yang bertempat tinggal di Surabaya, Gresik, Tuban, dan memiliki asuransi. Peneliti menggunakan aplikasi PLS-SEM untuk menganalisis data yang telah diperoleh.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *saving motives*, pengalaman positif dan kompetensi berpengaruh signifikan positif pada keputusan membeli asuransi.

Sedangkan, kecenderungan membeli memediasi kompetensi dan pengalaman positif. Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang adalah:

1. Penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan variabel keputusan membeli asuransi sebagai variabel Y (dependen).
2. Penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan aplikasi PLS-SEM sebagai alat uji.
3. Penelitian terdahulu dan sekarang menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data.

Sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu dengan yang sekarang adalah:

1. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas kompetensi dan pengalaman positif, sedangkan peneliti menggunakan variabel bebas *financial knowledge*, *risk attitude*, dan tingkat pendapatan.
2. Penelitian terdahulu hanya mengambil sampel di Surabaya, Gresik dan Tuban, sedangkan peneliti mengambil sampel di seluruh Indonesia.

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

PENELITIAN	TUJUAN	METODE			HASIL
		Sampel	Variabel	Analisis	
Ulbinaitė, A. <i>et al</i> (2013)	Untuk menguji faktor penentu keputusan membeli asuransi di Lithuania.	336 orang responden di Lithuania.	Variabel akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi perusahaan asuransi, sikap moneter konsumen, pengalaman positif konsumen, dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi yang dibayarkan, serta faktor demografi (independen); keputusan membeli asuransi (dependen).	Regresi linear berganda.	Akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi perusahaan asuransi, dan kemungkinan untuk mengurangi jumlah premi yang dibayarkan berpengaruh positif signifikan. Sementara sikap moneter dan pengalaman positif konsumen berpengaruh positif tidak signifikan.
Mahdzan & Victorian (2013)	Untuk menguji faktor demografi , financial literacy , dan <i>saving motive</i> terhadap permintaan asuransi di Kuala Lumpur Malaysia.	259 responden di Kuala Lumpur, Malaysia.	Variabel demografi, <i>financial literacy</i> , <i>saving motives</i> (independen), variabel permintaan asuransi (dependen).	ANOVA	Demografi dan <i>saving motives</i> berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi, sementara <i>financial literacy</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap permintaan asuransi.
Fautngiljanan V.V. <i>et al</i> (2014)	Untuk menguji gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan menggunakan produk asuransi prudential di Kota Manado.	75 responden dari 300 nasabah prudential di Kota Manado.	Variabel gaya hidup dan pendapatan (independen); keputusan menggunakan produk asuransi prudential (independen)	Uji sample F dan Uji sample t.	Gaya hidup dan pendapatan berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial.

PENELITIAN	TUJUAN	METODE			HASIL
		Sampel	Variabel	Analisis	
Lisnawati (2016)	Untuk menguji pengaruh akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi, sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif konsumen berasuransi terhadap keputusan membeli asuransi.	Pengguna asuransi prudential di daerah Sleman, Kulonprogo, dan Yogyakarta,	Akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi , sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif konsumen berasuransi (independen); Keputusan membeli asuransi (dependen)	Model regresi linear berganda	Akseptabilitas kondisi asuransi, kompetensi penyedia jasa asuransi , sikap moneter konsumen terhadap asuransi, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian asuransi prudential di Yogyakarta.
Lin, C. <i>et al</i> , (2017)	Untuk menguji pengaruh literasi keuangan , penasihat keuangan, dan sumber informasi terhadap permintaan asuransi jiwa.	2.472 responden berumur 20 tahun atau lebih.	Variabel literasi keuangan , penasihat keuangan, dan sumber informasi (independen); permintaan asuransi jiwa (dependen).	Regresi logistik.	Literasi keuangan , penasihat keuangan, dan sumber informasi berpengaruh signifikan.
<i>Sin & Chee</i> , (2017)	Untuk menguji hubungan antara faktor-faktor psikografi dan keputusan membeli asuransi jiwamasyarakat Kota Alor Setar.	108 responden dari Kota Alor Setar.	Variabel psikografik (<i>personal value, risk attitude, trust</i>) (independen); membeli asuransi jiwa (dependen).	<i>Binary logistic regression.</i>	Risk Attitude berpengaruh negatif signifikan, sementara <i>personal value</i> dan <i>trust</i> berpengaruh tidak signifikan.

Nurhayati & Lestari (2018)	Untuk menentukan pengaruh demografis dan persepsi risiko terhadap keputusan berasuransi	92 responden di wilayah Gerbang-kertosusila yang sudah memiliki asuransi jiwa dengan pendapatan minimal Rp 4.000.000.	Variabel demografis dan persepsi risiko (independen); keputusan berasuransi (dependen).	<i>Independent sample t-test</i> dan ANOVA.	Demografis berpengaruh tidak signifikan sementara persepsi risiko berpengaruh signifikan.
Mersis, K. & Silvi, M. (2019)	Untuk menguji pengaruh <i>saving motives</i> , kompetensi, dan pengalaman positif terhadap permintaan asuransi dengan kecenderungan membeli sebagai variabel mediasi.	Pengguna asuransi jiwa di Surabaya, Gresik, dan Tuban.	Variabel <i>saving motives</i> , kompetensi, dan pengalaman positif (independen); permintaan asuransi (dependen).	MRA	<i>Saving motives</i> , kompetensi, dan pengalaman positif berpengaruh signifikan positif.

Sumber: Ulbinaite, Kucinskiene, & Moullec (2013), Mahdzan & Victorian (2013), Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014), Lisnawati (2016) Lin, Hsiao, & Yeh (2017), Sin & Chee, (2017), Nurhayati & Lestari (2018), Mersis & Silvi (2019)

2.2 Landasan Teori

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan beberapa teori yang dijadikan sebagai acuan untuk analisisnya.

2.2.1 Wealth Management

Semua orang dan/atau instansi perlu untuk mengelola kekayaannya. Pengelolaan kekayaan tidak hanya mengenai pembagian saham dan portofolio, tetapi lebih dari itu. Menurut Amanda *et. al.* (2018), secara umum, *Wealth Management* adalah sebuah proses pengelolaan aset individu atau sebuah keluarga yang telah dipakai yang nilainya sewaktu-waktu bisa bertambah ataupun berkurang. Amanda *et. al.* (2018) juga mengatakan bahwa mempelajari tentang *Wealth Management* artinya belajar tentang bagaimana menjaga dan menyimpan kekayaan, bagaimana cara menghasilkan dan menumpuk kekayaan, mewariskan kekayaan juga menghadapi transisi dan pensiun. Dari sini dapat disimpulkan bahwa *Wealth Management* memiliki tiga pilar utama, yaitu (1) Proteksi dan Preservasi Kekayaan, (2) Pertumbuhan dan Akumulasi Kekayaan, (3) Distribusi dan Transisi Kekayaan. Pilar yang pertama, proteksi dan preservasi kekayaan, bertujuan untuk melindungi kekayaan. Contoh produk dari pilar yang pertama adalah asuransi, lindung nilai (*hedge*), diversifikasi, dan lain sebagainya. Pilar yang kedua, pertumbuhan dan akumulasi, berfokus pada pertumbuhan kekayaan. Contoh produk dari pilar yang kedua adalah manajemen pajak, manajemen investasi, dan lainnya. Pilar yang ketiga, bertujuan untuk mendistribusikan kekayaan. Contoh produk dari pilar yang ketiga adalah warisan dan dana pensiun (cwma.or.id, n.d.)

Pilar *Wealth Management* yang pertama adalah proteksi dan preservasi kekayaan. Manusia tidaklah terlepas dari yang namanya risiko atau ketidak pastian. Risiko atau ketidakpastian dapat berdampak buruk bagi manusia. Pilar pertama dari *Wealth Management*, proteksi dan preservasi kekayaan, dapat menjadi solusi dari dampak yang ditimbulkan risiko. Salah satu alat proteksi manusia dari risiko adalah asuransi. Asuransi bisa digunakan sebagai alat atau wadah pengalihan risiko yang dihadapi oleh manusia.

2.2.2 Asuransi Jiwa

Masa depan adalah sesuatu yang belum terjadi dan mengandung ketidakpastian. Ketidakpastian yang apabila terjadi bisa menyebabkan kerugian disebut risiko. Risiko bisa terjadi kepada siapapun, kapanpun, dimanapun dan risiko bukanlah suatu hal yang bisa dihilangkan begitu saja. Walaupun risiko tidak bisa dihilangkan, tetapi risiko dapat dialihkan dengan cara menggunakan salah satu produk keuangan, yaitu asuransi. Asuransi sendiri berasal dari kata *assurantie* bahasa Belanda yang kemudian di Indonesiakan menjadi asuransi. Istilah *assurantie* sendiri berasal dari bahasa latin *assurance* yang memiliki arti meyakinkan orang (Siamat, 2005). Berdasarkan Undang-undang No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransi, asuransi memiliki pengertian sebagai berikut:

“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung. Dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.”

Asuransi dapat menjaga kesejahteraan manusia dengan memberikan proteksi dari risiko. Terdapat beberapa macam atau jenis asuransi. Otoritas Jasa Keuangan menyebutkan beberapa asuransi yang umumnya dimiliki oleh konsumen antara lain:

1. Asuransi Kerugian
 - a. Asuransi Kendaraan Bermotor
 - b. Asuransi Properti
 - c. Asuransi Kecelakaan Diri
 - d. Asuransi Kredit
 - e. Asuransi Uang dan Harta Benda
2. Asuransi Jiwa
 - a. Asuransi Jiwa Berjangka
 - b. Asuransi Jiwa Seumur Hidup
 - c. Asuransi Unit Link
3. BPJS Kesehatan
4. BPJS Ketenagakerjaan

Salah satu asuransi yang bisa memberikan proteksi adalah asuransi jiwa. Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia menyatakan bahwa asuransi jiwa adalah program perlindungan dalam bentuk pengalihan resiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan. Tujuan dari memiliki asuransi jiwa adalah untuk melindungi ekonomi keluarga ketika risiko menimpa sang pencari nafkah dalam keluarga selama masa produktif. Jadi asuransi jiwa tidak hanya melindungi salah satu orang saja, tetapi seluruh keluarga.

2.2.3 Permintaan Asuransi Jiwa

Kebutuhan dan keinginan dipenuhi melalui jalur konsumsi, sehingga semakin banyak kebutuhan dan keinginan manusia, semakin banyak pula aktivitas konsumsi yang dilakukan untuk memenuhinya (Idri, 2015). Menurut Idri, (2015) *demand* atau permintaan akan konsumsi merupakan keinginan, kebutuhan, atau hasrat untuk suatu produk yang ditunjang oleh sejumlah uang untuk membelinya. Permintaan juga dapat diartikan sebagai keinginan yang disertai dengan kesediaan serta kemampuan untuk membeli barang yang bersangkutan (Rosyidi, 2012). Pemenuhan kebutuhan dan keinginan biasanya berujung pada pencapaian kepuasan dalam konsumsi (Idri, 2015).

Permintaan asuransi sendiri adalah kemauan dan kemampuan peserta untuk membayar harga asuransi (Ashari & Nurhayani, 2013). Permintaan asuransi merupakan keinginan seseorang untuk mewariskan dana kepada tanggungan dan memberikan penghasilan untuk pensiun (Mahdzan & Peter Victorian, 2013). Menurut Mahdzan & Peter Victorian (2013) jika dilihat dari sisi permintaan, peningkatan literasi keuangan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat asuransi jiwa. Secara singkat, permintaan asuransi jiwa merupakan kemauan, keinginan, kebutuhan, atau hasrat untuk membeli produk asuransi jiwa agar dapat mewariskan dana kepada tanggungan dan memberikan penghasilan saat pensiun. Untuk mengukur permintaan asuransi jiwa digunakan indikator yang dirujuk dari Mahdzan & Victorian (2013) yaitu premi asuransi.

2.2.4 Literasi Keuangan

Merujuk pada Firlil & Indonesia (2017) literasi keuangan merupakan perpaduan dari pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan. Mereka juga berpendapat bahwa orang yang keuangannya terliterasi akan memiliki kunci dasar dari konsep keuangan dan keterampilan berhitung dalam menghadapi situasi keuangan. Literasi keuangan menurut Mahdzan & Peter Victorian (2013) dideskripsikan sebagai kemampuan seseorang dalam merencanakan keuangannya secara efektif untuk mengakumulasi kekayaan, melakukan pemeliharaan terhadap kekayaan, dan mendistribusikan kekayaan tersebut pada tahap selanjutnya dari kehidupan seseorang. Penelitian menunjukkan bahwa seseorang dengan tingkat literasi yang tinggi lebih mungkin untuk terlibat dalam perencanaan keuangan termasuk berinvestasi di dalam produk proteksi jiwa, seperti asuransi jiwa. Menurut Lin et al., (2017), seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi lebih mungkin untuk membeli asuransi jiwa. Untuk mengukur *financial literacy* digunakan indikator yang dirujuk dari Lin et al., (2017) dengan indikator sebagai berikut:

1. Pengetahuan Dasar (umum)
2. Pengetahuan Asuransi
3. Pengetahuan Investasi
4. Pengetahuan Kredit

2.2.5 Risk Attitude

Menurut (Hillson & Murray-Webster, 2016), risiko memiliki dua karakteristik. Karakteristik yang pertama adalah risiko berkaitan dengan ketidakpastian dan

yang kedua adalah risiko memiliki konsekuensi. Singkatnya, pengertian dari risiko adalah “ketidakpastian yang penting” karena ketidakpastian yang tidak memiliki konsekuensi tidak menimbulkan risiko (Hillson & Murray-Webster, 2016).

Attitude menurut Hillson & Murray-Webster (2016) merupakan keadaan pikiran, pandangan mental, atau disposisi berkaitan dengan fakta atau keadaan. *Attitude* jika diaplikasikan untuk manusia dapat diartikan sebagai respon yang dipilih terhadap situasi. Beberapa mungkin tertanam sangat dalam, mewakili nilai inti atau individu atau kelompok, tetapi tetap mewakili suatu pilihan (Hillson & Murray-Webster, 2016).

Risiko atau *Risk* didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dapat memberikan dampak positif maupun negatif kepada individu atau lebih. Sikap atau *Attitude* didefinisikan sebagai keadaan pikiran, pandangan mental, atau disposisi yang berkaitan dengan fakta atau keadaan, sehingga jika kata *Risk* dan *Attitude* digabungkan akan memberikan definisi keadaan pikiran atau pandangan mental sehubungan dengan ketidakpastian yang dapat memberikan dampak positif ataupun negatif. Secara singkat, *Risk Attitude* dapat didefinisikan sebagai respon yang dipilih untuk persepsi ketidakpastian yang signifikan. Untuk mengukur *risk attitude* digunakan indikator yang dirujuk dari Sin & Chee (2017) dengan indikator sebagai berikut:

1. Menyikapi masalah
2. Sikap terhadap hal-hal baru

2.2.6 Tingkat Pendapatan

Pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (diakses pada 01 Oktober 2019), adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya). Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) berpendapat bahwa pendapatan bersih seseorang merupakan keseluruhan jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang sebagai balas jasa atas hasil. Seperti yang diberitakan oleh Rika (2019) dari CNN Indonesia, BPS mencatat bahwa produk domestik bruto (PDB) atas dasar berlaku tahun 2018 adalah sebesar Rp. 13.588,9 Triliun. Dengan PDB sebesar itu, maka rata-rata pendapatan per orang mencapai Rp. 56.000.000 per tahun atau sekitar Rp. 4.666.000 juta per bulan.

2.2.7 Kompetensi Perusahaan

Kompetensi perusahaan merupakan kemampuan perusahaan menyediakan layanan yang kompeten dan peduli untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Ulbinaitè et al., 2013). Ulbinaitè et al., (2013) menyatakan bahwa kepercayaan nasabah kepada perusahaan asuransi merupak faktor utama ketika nasabah akan membeli sebuah produk asuransi. Kepercayaan tersebut diperoleh dari beberapa faktor yakni dengan memberikan kesepakatan terbaik, memberikan bantuan yang kompeten, dan penjelasan mengenai produk asuransi kepada nasabah.

Memberikan kesepakatan terbaik berarti perusahaan dapat memberikan beberapa produk yang sesuai dengan kemampuan nasabah. Kemudian, bantuan yang kompeten berarti perusahaan dapat menyarankan beberapa produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Lalu, menjelaskan produk asuransi berarti perusahaan dapat memberikan penjelasan mengenai produk asuransi kepada nasabah sesuai dengan

kemampuan dan kebutuhan nasabah. Nasabah membutuhkan penyedia layanan asuransi yang kompeten, peduli, dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Untuk mengukur kompetensi perusahaan digunakan indikator yang dirujuk dari Ulbinaitè et al. (2013) dengan indikator sebagai berikut:

1. Kualitas penyedia layanan asuransi.
2. Kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.8 Kecenderungan Membeli

Kecenderungan membeli merupakan minat konsumen yang timbul untuk membeli produk yang dirasa bermanfaat, sehingga konsumen tersebut akan membeli produk atas dasar keinginannya (Ulbinaitè et al., 2013). Ulbinaitè et al. (2013) berpendapat bahwa 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. Untuk mengukur kecenderungan membeli digunakan indikator yang dirujuk dari Ulbinaitè et al. (2013) dengan indikator sebagai berikut:

1. Mencari rasa aman dan perlindungan.
2. Regulasi pemerintah.
3. Kondisi keuangan masa depan.

2.2.9 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Permintaan Asuransi

Tingkat literasi yang rendah akan membatasi kemampuan seseorang untuk membuat keputusan berdasarkan informasi (Chen & Volpe, 1998). Literasi keuangan merupakan masalah yang sangat penting ketika mengukur kesehatan finansial. Penelitian oleh Lin, C. *et al* (2017) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa, sementara penelitian dari Mahdzan & Peter Victorian (2013) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa.

2.2.10 Pengaruh Risk Attitude Terhadap Permintaan Asuransi

Sikap seseorang terhadap risiko ada tiga, yaitu (1) *Risk Averse*, (2) *Risk Neutral*, (3) *Risk Seeker* (Ayu Wulandari & Iramani, 2014). *Risk Averse* merupakan orang yang tidak suka terhadap risiko dan cenderung menghindari risiko. *Risk Neutral* merupakan orang yang netral terhadap risiko. *Risk Seeker* merupakan orang yang menyenangi risiko. Seseorang yang memiliki sikap menghindari risiko diharapkan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk membeli asuransi jiwa sebagai proteksi dari kejadian-kejadian tidak terduga, misalnya seperti kematian dini (Sin & Chee, 2017).

2.2.11 Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Permintaan Asuransi

Menurut Mahdzan & Victorian (2013), individu dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih bertanggung jawab dalam menyikapi manajemen keuangannya, seperti menyimpan uang atau berinvestasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian dari Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) yang menunjukkan bahwa pendapatan memengaruhi secara signifikan permintaan asuransi di Kota

Manado. Nurhayati & Lestari, 2018 juga berhipotesis bahwa individu yang pendapatannya rendah akan lebih mengutamakan kebutuhan pokok mereka, sementara individu yang memiliki pendapatan cukup atau lebih cenderung memiliki uang lebih yang dapat digunakan untuk kebutuhan lainnya. Walau begitu, hasil penelitian dari Nurhayati & Lestari, 2018 menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan keputusan berasuransi jiwa berapapun tingkat pendapatannya.

2.2.12 Pengaruh Kompetensi Perusahaan terhadap Permintaan Asuransi

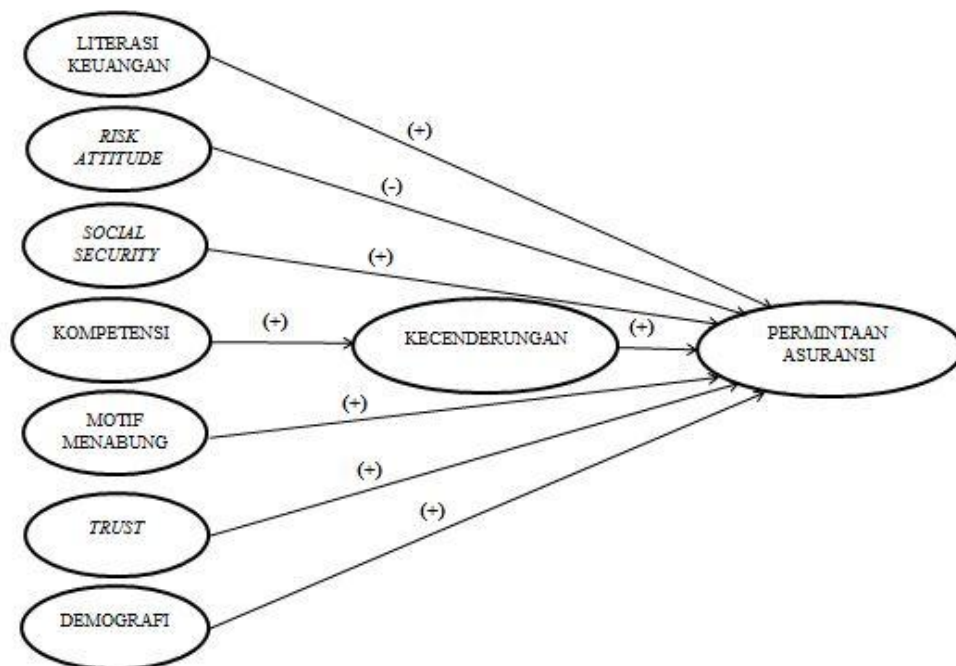
Ulbinaitè et al. (2013) menyatakan bahwa konsumen membutuhkan penyedia layanan asuransi yang kompeten, peduli, dan mampu menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah. Kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh positif terhadap pembelian asuransi (Ulbinaitè et al., 2013). Penelitian tersebut juga didukung dalam penelitian yang dilakukan Lisnawati (2016) yang menyatakan kompetensi penyedia layanan asuransi berpengaruh signifikan terhadap pembelian asuransi. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa semakin baik kompetensi penyedia layanan asuransi, maka semakin tinggi tingkat permintaan produk asuransi. Semakin kompeten, peduli dan mampu memberikan pelayanan terbaik suatu perusahaan asuransi, maka semakin tinggi tingkat permintaan asuransi.

2.2.13 Kecenderungan Membeli Memediasi Pengaruh Kompetensi Perusahaan terhadap Permintaan Asuransi

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

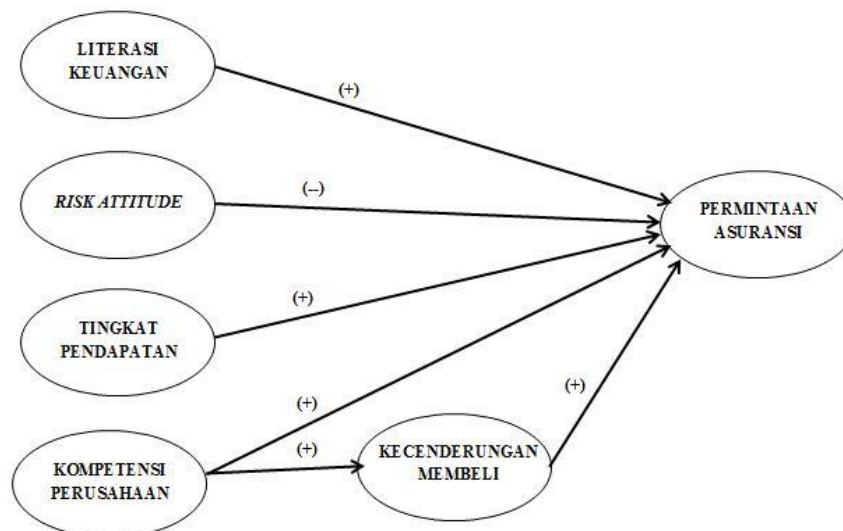
(Ulbinaitè et al., 2013). Perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan pelayanan terbaik dapat menimbulkan kecenderungan seseorang untuk membeli produk asuransi. Kecenderungan membeli dapat memediasi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi (Ulbinaitè et al., 2013). Hal tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan membeli dapat mempengaruhi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi.

2.3 Kerangka Pemikiran



Sumber : Mahdzan & Vectorian (2013), Ulbinaite, A., et al (2013), Shin dan Ke (2013), Mien, N.T.N. et al (2015), Oktavianus Taroreh1 et al (2015), Lisnawati, I.D (2016), Herdjiono, I. et al (2016), Lin, C. et al (2017), Sin, T.S. et al (2017), Kristina Mersis dan Melliyza Silvi (2019)

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian Kolaborasi



Sumber: Ulbinaite, Kucinskiene, & Moullec (2013), Mahdzan & Victorian (2013), Fautngiljanan, Soegoto, & Uhin, (2014), Lisnawati (2016), Lin, Hsiao, & Yeh (2017), Sin & Chee, (2017), Nurhayati & Lestari (2018), Mersis & Silvi (2019)

Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

- H1: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi.
- H2: *Risk Attitude* berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi.
- H3: Tingkat Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi.
- H4: Kompetensi Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap permintaan asuransi
- H5: Mediasi kecenderungan membeli mempengaruhi kompetensi perusahaan terhadap permintaan asuransi.