

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini industri syariah di Indonesia berkembang makin pesat. Hal ini antara lain tampak dari pertumbuhan industri keuangan syariah pasar modal dan industri keuangan syariah nonbank pada bulan Juli dan September 2019 yang berkembang, dapat dilihat pada Tabel 1.1. Jumlah penduduk muslim yang mendominasi di Indonesia menjadi salah satu faktor yang mendorong perkembangan industri syariah. Adanya perkembangan industri syariah tersebut memberikan dampak positif bagi perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia. Meskipun pada beberapa penelitian dijelaskan bahwa kesadaran pada asuransi belum tinggi (Iramani et al., 2018) namun khusus perkembangan asuransi syariah juga didorong oleh adanya perkembangan gaya hidup masyarakat modern yang menganggap asuransi sebagai kebutuhan penting yang harus dipenuhi dalam rangka melindungi diri dan harta benda dari segala risiko yang dihadapi di masa yang akan datang.

Tabel 1. 1
PERTUMBUHAN KEUANGAN SYARIAH

Keterangan	Juli	September
Industri Keuangan Syariah (Pasar Modal)	53,6%	56,2%
Industri Keuangan Syariah Nonbank	4,27%	7,5%

Sumber: www.wartaekonomi.co.id

Demikian pula asuransi syariah berkembang seiring berkembangnya bisnis syariah di Indonesia. Asuransi syariah menurut Dewan Syariah Nasional fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No: 21/DSN-MUI/2001 menyatakan bahwa asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak, yang dilakukan melalui investasi dalam bentuk *asset* dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Asuransi syariah di Indonesia terdiri atas asuransi jiwa dan asuransi kerugian Konsep pada asuransi syariah sendiri adalah *risk sharing* yakni apabila ada anggota asuransi yang mengalami musibah/risiko maka anggota lainnya akan menghibahkan sebagian dananya.

Kelebihan dari asuransi syariah dalam proses pembayaran kontribusi dari konsumen, langsung dipisahkan menjadi dua yaitu langsung masuk pada rekening *tabarru'* dan rekening tabungan bagi hasil. Adanya rekening bagi hasil membuktikan bahwa sebagian premi benar-benar sudah didistribusikan untuk dibagikan hasilnya berupa imbal hasil investasi kepada para pemegang polis. Kelebihan lainnya mendapatkan kembali uangnya walaupun belum jatuh tempo. Karena konsep dari asuransi syariah adalah *wadiah* (titipan), dana yang dikembalikan pada rekening konsumen.

Bagi masyarakat muslim memanfaatkan jasa asuransi syariah sesuai dengan anjuran ajaran Islam bahwa setiap muslim hendaknya melakukan tindakan

tertentu dalam rangka mempersiapkan hari esok sebagaimana QS. Al-Hasyr:18 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْتَرْحَمَ نَفْسُ مَا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Hai orang-orang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperlihatkan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dengan bertakwa kepada Allah sesungguhnya Allah Maha Mengetahui yang kamu kerjakan.” (QS Al-Hasyr: 18)

Ayat Al-Quran di atas ini menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan setiap individu harus mempersiapkan diri di masa akan datang dan menjauhi larangannya. Masalah ini dapat ditangani dengan cara menggunakan asuransi syariah yang dapat melindungi diri di masa akan datang akibat risiko yang tak terduga. Dengan menjadi konsumen asuransi syariah masyarakat akan terbebas dari unsur-unsur yang ditetapkan keharamannya seperti riba, maysir dan gharar.

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia menunjukkan tren yang meningkat meskipun belum terlalu pesat sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2
PERTUMBUHAN ASURANSI SYARIAH PERIODE 2014-2018

Keterangan	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Kontribusi Bruto (Triliun Rp)	9.281	10.489	12.028	14.001	15.369
Asset (Triliun Rp)	22.364	26.519	33.244	40.606	41.959

Sumber : Data Statistik IKNB Syariah (OJK) tahun 2014-2018

Tabel 1.2 merupakan data pertumbuhan asuransi syariah dari Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) syariah dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK),

dapat dilihat bahwa industri asuransi syariah memiliki peningkatan dari tahun 2014 hingga 2018. Dikutip dari finansial.bisnis.com (08/01/19) menyatakan pada November tahun 2017 penetrasi asuransi umum turun 0,001 bps dari 0,0014% dan menjadi 0,013% per November 2018. Hal ini mulai bertahan sejak Juli 2018. Rendahnya presentase berdampak pada penurunan kontribusi bruto dan klaim bruto industri asuransi umum syariah yang menurun, yang dapat dilihat melalui Tabel 1.3

Tabel 1. 3
PERTUMBUHAN ASURANSI SYARIAH PER NOVEMBER
2017 DAN 2018

Keterangan	Tahun		Presentase
	2017	2018	
Kontribusi Bruto (Trilliun Rp)	1.731	1.585	8.67%
Klaim Bruto (Miliar Rp)	803	724	9,83%

Sumber: finansial.bisnis.com

Berdasarkan data-data tersebut di atas terlihat bahwa masyarakat di Indonesia masih rendah akan tingkat kesadaran dalam pentingnya asuransi syariah. Dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia belum banyak membeli produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Dengan demikian dalam rangka meningkatkan industri asuransi syariah, perlu digali lebih jauh lagi faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk asuransi syariah.

Berdasarkan hasil kajian terdahulu, keputusan pembelian asuransi syariah oleh setiap individu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah religiusitas. Sofhian dan Suleman (2017) menyatakan religusitas mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian asuransi syariah.

Religiusitas merupakan suatu keyakinan yang menjadikan individu tersebut beragama, tanpa hanya mengaku memiliki agama. Religiusitas diri seseorang tercermin dalam akidah dan akhlak dalam kehidupan sehari – hari. Religiusitas merupakan faktor penting yang dapat mendorong konsumen dalam menempatkan dananya di asuransi syariah agar menjadi berkah. Konsumen asuransi syariah yang memiliki religiusitas yang tinggi akan memiliki pola pemikiran apabila berinvestasi di asuransi syariah. Selain mendapatkan jaminan untuk masa yang akan datang sekaligus dapat membantu anggota lain jika terkena musibah, yang pada akhirnya akan meningkatkan keberkahan hidup konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi pelanggan dalam memutuskan membeli asuransi salah satunya adalah gaya hidup. Menurut Supranto dan Limakrisna (2011:143) gaya hidup menunjukkan cara orang menjalani hidupnya, seseorang membelanjakan uang yang dimiliki, dan mengalokasikan waktu yang dimiliki. Gaya hidup dari masa ke masa sangat berbeda antara satu individu dengan kelompok masyarakat lainnya. Pada masyarakat menengah keatas asuransi adalah salah satu kebutuhan dan merupakan bagian dari gaya hidup (aktivitas, minat, dan pendapat) saat ini. Menurut penelitian Fautngiljanan, Soegoto, & Uhing (2014) gaya hidup secara keseluruhan berpengaruh dalam keputusan pembelian produk asuransi.

Keputusan konsumen dalam membeli produk asuransi syariah dapat diindikasikan dari niat konsumen dalam membeli. Artinya jika niat seorang konsumen tinggi untuk membeli sebuah produk syariah maka selanjutnya akan mempengaruhi pembelian riil akan produk asuransi syariah. Dengan demikian niat

beli akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Hasil penelitian Kharde & Madan (2018) membuktikan bahwa semakin tinggi niat beli konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk mewujudkan pembeliannya.

Niat beli konsumen terhadap asuransi syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Di antaranya adalah religiusitas dan gaya hidup. Religiusitas setiap individu tercermin pada sikap. Sikap individu terhadap produk yang sesuai dengan agamanya akan mempengaruhi niat individu dalam memilih produk. Asuransi syariah merupakan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penelitian yang dilakukan oleh Liza Nora dan Nurul S Minarti (2016) membuktikan bahwa semakin tinggi religiusitas seorang konsumen muslim maka semakin tinggi pula niatnya untuk membeli produk-produk berbasis syariah. Di sisi lain, gaya hidup juga dapat mempengaruhi niat beli konsumen terhadap sebuah produk. Gaya hidup akan tercermin dalam aktivitas, minat dan cara seseorang menjalankan hidupnya termasuk di dalamnya adalah cara seseorang akan membelanjakan uangnya. Masyarakat kelompok menengah keatas memiliki gaya hidup yang peduli terhadap risiko, sehingga akan mempertimbangkan untuk melakukan pengalihan risiko dengan berniat membeli produk-produk asuransi syariah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Liza Nora dan Nurul S. Minarti (2016) menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi niat konsumen membeli sebuah produk.

Berdasarkan uraian peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN**

PEMBELIAN KONSUMEN ASURANSI SYARIAH DI SURABAYA DAN SIDOARJO ”

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
2. Apakah religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap niat beli konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
3. Apakah gaya hidup secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
4. Apakah gaya hidup secara signifikan berpengaruh terhadap niat beli konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
5. Apakah niat beli secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo
2. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap niat beli konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo

3. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo
4. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap niat beli konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo
5. Untuk menguji pengaruh niat beli terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapat dari penelitian ini dapat dirasakan oleh beberapa pihak. Yaitu antara lain bagi industri asuransi, bagi pembaca, bagi peneliti selanjutnya dan bagi STIE Perbanas Surabaya. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini dimaksudkan dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca untuk membeli asuransi syariah dengan tujuan melindungi diri dari risiko-risiko yang tidak diinginkan.

2. Bagi Industri Asuransi Syariah

Penelitian ini dimaksudkan agar dapat digunakan oleh Industri Asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo untuk meningkatkan aset melalui variabel-variabel bebas, yang digunakan peneliti yaitu Religiusitas dan Gaya hidup

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dimaksudkan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik sejenis

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini juga dimaksudkan untuk menambah referensi penelitian untuk perpustakaan STIE Perbanas Surabaya. Sehingga dapat membantu mahasiswa dalam mengerjakan metodologi penelitian maupun skripsi

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penulisan skripsi, secara sistematis susunan skripsi ini diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang meliputi penelitian terdahulu yang akan menjadi rujukan dalam menyusun penelitian dan teori-teori yang menjadi landasan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian antara lain adalah rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan data pengukuran variabel, populasi, sampel

dan pengambilan teknik sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan dalam pemecahan masalah.

BAB IV ; GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum subjek penelitian serta analisis data yang meliputi dari analisis deskriptif dan analisis statistik serta pembahasan hasil penelitian yang telah dianalisis .

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan penelitian yang berisi jawaban atas rumusan masalah dan pembuktian hipotesis, keterbatasan penelitian dan saran sebagai pihak terkait maupun penelitian berikutnya.