

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Seiring dengan peningkatan taraf hidup masyarakat maka pemenuhan kebutuhan hidup tidak lagi terbatas pada kebutuhan fisiologis saja, namun juga kebutuhan akan rasa aman dan perlindungan. Manusia dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga, yang dapat menimbulkan kerugian-kerugian baik bagi individu maupun perusahaan. Dapat dikatakan bahwa risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, karena segala aktivitas yang dilakukan manusia pasti mengandung risiko. Kondisi ini membuat banyak orang berupaya menghindari risiko dengan alasan selalu ingin merasa aman dan hidup tenang. Salah satu yang dapat dilakukan masyarakat untuk menghindari dan membagi risiko adalah dengan memanfaatkan produk-produk asuransi. Dapat dikatakan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap produk asuransi semakin meningkat. Kondisi tersebut menjadi peluang bagi perusahaan asuransi untuk meningkatkan penjualannya. Terlebih untuk industri asuransi syariah, kondisi meningkatnya kebutuhan masyarakat Indonesia akan produk asuransi merupakan peluang yang harus dimanfaatkan mengingat sebagian besar (70%-80%) penduduk Indonesia beragama muslim.

Asuransi syariah menurut pendapat Abu Zahrah yang dikutip oleh Husain Syahatah, merupakan implementasi sikap tolong-menolong dalam hal kebajikan dan ketakwaan yang diperintahkan Allah sebagaimana terdapat dalam al-Quran surat al-Ma'idah ayat 2 berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”

Ayat al-Qur'an tersebut menyebutkan nilai-nilai yang ada kaitannya dengan masalah asuransi, seperti tolong-menolong, kerja sama, dan semangat untuk melakukan proteksi terhadap apa yang akan terjadi di masa depan. Dalam fitrahnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri, tetapi harus bersama-sama dengan manusia lain yang hidup dalam masyarakat. Sebagai manusia, dia hanya diberi kemampuan untuk mengatur hidup dan kehidupannya agar mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Salah satu cara untuk mencapai kebahagiaan tersebut adalah dengan cara menyiapkan bekal (proteksi) untuk kepentingan di masa yang akan datang, agar segala sesuatu yang bernilai negatif, dalam bentuk musibah, kecelakaan, kebakaran atau kematian, dapat diminimalisasi kerugiannya. Dalam al-Qur'an Allah swt mengingatkan agar manusia mempersiapkan secara matang untuk menghadapi masa-masa yang sulit di masa yang akan datang, dan inilah salah satu prinsip yang menjadi tolok ukur dari nilai filosofi asuransi Islam sebagaimana Al-Qur'an surat Yusuf ayat 46-49:

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَسَبْعِ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ (46) قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ (47) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تُحْصِنُونَ (48) ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ (يَعْصِرُونَ) (49)

“Yusuf, hai orang yang amat dipercaya, terangkanlah kepada kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan tujuh ekor

sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya.” Dalam ayat berikutnya, yakni Surat Yusuf ayat 47, Yusuf berkata: “Supayakamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasanya; maka yangkamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamumakan”. Dalam ayat 48 disebutkan: “Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan”; Dalam surat yang sama ayat 49 disebutkan: “Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur”.

Di Indonesia asuransi syariah tumbuh dan berkembang seiring dengan tumbuh dan berkembangnya perbankan syariah. Fakta menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah belum sebesar pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah. Kondisi tersebut menjadikan industri asuransi syariah di Indonesia berkembang lebih lambat dibandingkan dengan perkembangan industri perbankan syariah. Namun demikian, jumlah masyarakat muslim di Indonesia yang besar serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk asuransi menjadi peluang besar bagi industri asuransi syariah di Indonesia untuk tumbuh dan berkembang pesat.

Tabel 1.1
JUMLAH ASET DAN PELAKU ASURANSI KONVENSIONAL DAN
SYARIAH DESEMBER 2018
(dalam trilyun rupiah)

Keterangan	Aset			Pelaku		
	Asuransi Konvensional	Asuransi Syariah	Total	Asuransi Konvensional	Asuransi Syariah	Total
Asuransi	1.209,63	41,96	1.251,59	138	13	151
Asuransi Jiwa	520,63	34,47	555,11	53	7	60
Asuransi Umum	145,35	5,62	150,97	74	5	79
Reasuransi	21,11	1,86	22,98	6	1	7
Asuransi Wajib	133,73	-	133,73	3	-	3
Asuransi Sosial (BPJS)	388,80	-	388,80	2	-	2

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Berdasarkan tabel 1.1 tampak bahwa pada periode Desember 2018 dari segi aset dan jumlah pelaku usaha asuransi, asuransi konvensional masih mengungguli asuransi syariah. Proporsi aset asuransi syariah sebesar 3,35 % dari total seluruh aset perusahaan asuransi, sementara proporsi aset asuransi konvensional sebesar 96,64%. Adapun dari sisi pelaku usaha, jumlah unit usaha asuransi syariah sebesar 13 unit atau 8,60% dari total unit usaha syariah. Sementara jumlah unit usaha asuransi konvensional sebesar 138 atau 91,39% dari total jumlah unit usaha asuransi di Indonesia. Data tersebut di atas menunjukkan kinerja usaha asuransi syariah yang masih jauh tertinggal dibandingkan asuransi konvensional. Untuk itu industri asuransi syariah perlu meningkatkan kinerja usahanya dengan berupaya meningkatkan jumlah konsumen yang bersedia membeli produk dan jasa asuransi syariah.

Keputusan pembelian terhadap sebuah produk atau jasa syariah dipengaruhi beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah religiusitas. Dalam

islam, perilaku seseorang harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas agama bukan hanya ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka semakin tinggi pula kesadaran seseorang untuk berupaya melindungi diri dari berbagai resiko dengan menggunakan asuransi syariah. Nasabah rela menginvestasikan sejumlah dananya untuk mendapatkan suatu produk tersebut sesuai dengan harapan bahwa mereka akan mendapatkan produk sesuai dengan prinsip – prinsip yang mereka yakini dan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

Angko (2013) dalam penelitiannya menyimpulkan, konsumen yang memiliki kesadaran tinggi akan dapat diyakinkan bahwa produk-produk tertentu dapat memenuhi kebutuhan akan rasa aman terhadap akibat dari risiko. Kesadaran konsumen pada asuransi masih sebatas pada pengetahuan mengenai produk-produk asuransi secara umum saja namun sedikit sekali yang bisa memahaminya (Hermawati 2011). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewirma Suhelmi

(2018) menemukan bahwa kesadaran konsumen mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap sebuah produk/jasa.

Selain itu, niat beli diyakini mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli sebuah produk/jasa. Niat beli didefinisikan sebagai seberapa jauh seseorang mempunyai kemauan untuk membeli produk atau jasa. Berdasarkan teori perilaku yang direncanakan, niat merupakan indikasi dari akan dilakukannya sebuah perilaku. Dengan demikian semakin kuat niat beli seorang konsumen maka semakin kuat pula keputusannya untuk membeli produk / jasa. Hasil penelitian Trisdayana Aryadhe, Alit Suryani, Ida Bagus Sudiksa (2018) membuktikan bahwa niat beli mempengaruhi secara positif keputusan pembelian konsumen.

Adapun niat beli konsumen diyakini dipengaruhi oleh religiusitas dan kesadaran konsumen. Religiusitas merupakan tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidup yang pada akhirnya akan mempengaruhi niat. Hasil penelitian Sofhiyan dan Sri Nur Ain Suleman (2017) membuktikan bahwa semakin tinggi religiusitas maka semakin tinggi pula niat untuk membeli produk-produk yang sesuai dengan keyakinannya. Demikian pula kesadaran konsumen akan memiliki pengaruh positif terhadap niat seseorang untuk membeli produk.

Atas dasar pemikiran di atas, maka judul yang saya pilih adalah

:PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KESADARAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI SYARIAH DI SURABAYA DAN SIDOARJO

1.2.Rumusan Masalah

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 pada asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
3. Apakah religiusitas secara signifikan berpengaruh terhadap kesadaran konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
4. Apakah kesadaran konsumen secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?
5. Apakah niat membeli secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo?

1.3.Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

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

5. Untuk menguji pengaruh niat membeli terhadap keputusan pembelian konsumen asuransi syariah di Surabaya dan Sidoarjo

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin penulis harapkan dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini dimaksudkan agar dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca untuk membeli dan lebih mengenal asuransi syariah

2. Bagi Industri Asuransi Syariah

Penelitian ini dimaksudkan agar dapat digunakan oleh industri asuransi syariah untuk meningkatkan kinerja asuransi syariah

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dimaksudkan untuk menambah referensi bagi peneliti selanjutnya

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Penelitian ini dimaksudkan untuk menambah referensi penelitian di perpustakaan STIE Perbanas Surabaya, sehingga dapat membantu mahasiswa dalam mengerjakan tugas-tugas yang diberikan.

1.5. Sistematika Penulisan Penelitian

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

BAB I : PENDAHULUAN

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

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 METODOLOGI 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

Bab ini memberikan penjelasan mengenai gambaran umum subyek penelitian serta analisis data yang meliputi dari analisis diskriptif dan analisis statistik serta pembahasan atas hasil penelitian yang telah dilakukan

BAB V PENUTUP

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

