



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Asuransi menjadi salah satu topik yang banyak dibicarakan di tahun 2019. Pasalnya pada bulan Desember 2019 menjadi awal munculnya jenis virus baru yaitu SARS-CoV-2 yang lebih dikenal dengan nama Covid 19. Covid 19 telah mengubah aspek kehidupan manusia seperti bidang ekonomi, pendidikan, dan terutama pada bidang kesehatan. Penyebaran yang cukup cepat mengakibatkan perekonomian terganggu, tidak hanya di Indonesia tetapi perkenomian global juga merasakan hal yang sama. Di Indonesia, perekonomian yang melemah cenderung diakibatkan oleh adanya kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) serta *social distancing* dengan tujuan untuk mengurangi mobilitas masyarakat dalam rangka pemutusan rantai penyebaran virus Covid 19. Kebijakan yang diambil tentu akan berdampak pada sektor-sektor terkait terutama pada sektor perekonomian. Tidak hanya sektor perekonomian yang mengalami tekanan, sektor kesehatan pun juga mengalami tekanan. Pandemi yang terjadi sekaligus menjadi sarana edukasi untuk masyarakat Indonesia untuk menyadari betapa pentingnya asuransi sebagai produk yang berfungsi untuk melindungi aset yang dimiliki ketika terjadi resiko kehidupan.

Mengutip dari CNBC Indonesia, terdapat peningkatan jumlah tertanggung dalam asuransi jiwa sebesar 48% sejak pandemi Covid-19. Menurut data dari Badan Nasional Penanganan Bencana (BNPB), sejak Maret 2020 Covid-19 telah menewaskan 160.810 jiwa, kematian tersebut tidak hanya meninggalkan kesedihan tetapi juga ketidakpastian terhadap masa depan. Menurut data dari Kementerian Sosial, setidaknya 33 ribu anak-anak Indonesia menjadi yatim bahkan yatim piatu akibat pandemi.

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk terbanyak ke-4 di dunia, dapat dijadikan sebagai peluang pangsa pasar asuransi yang besar. Dalam bidang kesehatan, pemerintah menyediakan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan (BPJS Kesehatan) sebagai upaya menyelenggarakan program jaminan kesehatan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2011 Tentang Badan Penyelenggara Jaminan Sosial. Tetapi muncul rasa tidak puas yang dialami oleh masyarakat mengenai layanan BPJS Kesehatan. Mengutip dari BBC News Indonesia, tercatat pada tahun 2022 terdapat 109 kasus diskriminasi oleh pasien BPJS terkait pemberian obat hingga kepersertaan yang dinonaktifkan (sumber: BBC News Indonesia). Hal ini menjadikan peluang bagi perusahaan asuransi swasta dalam memberikan layanan yang lebih baik lagi, terutama dibandingkan dengan BPJS Kesehatan (Asuransi milik Pemerintah), sehingga diharapkan dapat meningkatkan pembelian asuransi. Berdasarkan pengamatan peneliti, BPJS Kesehatan dinilai masih memiliki kekurangan terhadap pelayanannya, namun hal ini tidak menjadikan masyarakat Indonesia lebih memilih membeli asuransi swasta ketimbang BPJS Kesehatan sebagai jaminan kesehatan.

Saat ini di Indonesia pasar asuransi masih dapat dikatakan rendah, seperti yang dilaporkan oleh Kompas.id, sebanyak 73,9 juta penduduk Indonesia sudah menggunakan asuransi jiwa berdasarkan data semester 1 tahun 2022. Dimana total bertanggung secara perorangan mencapai 21,94 juta jiwa atau sekitar 8 persen dari total penduduk Indonesia (sumber: Kompas.id). Bagi sebagian orang di Indonesia, ketika mendengar istilah “asuransi” masih menjadi suatu stigma yang dianggap negatif, pasalnya banyak kasus-kasus tentang asuransi di Indonesia yang membuat masyarakat cenderung tidak percaya terhadap perusahaan asuransi maupun produk asuransi yang ditawarkan. Berikut beberapa kasus gagal bayar perusahaan asuransi yang pernah terjadi di Indonesia (sumber: money.kompas.com).

1. Dilarang mengutip bagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Bakrie Life: Bakrie Life kesulitan keuangan akibat salah dalam mengelola dana investasi.

Perusahaan Bakrie Life terlalu banyak memutar dana nasabah di pasar modal, sehingga perusahaan harus menanggung defisit karena nilai investasi perusahaan di pasar modal yang menurun sehingga mengakibatkan gagal bayar pada tahun 2009 sebesar Rp 400 miliar.

2. Bumi Asih Jaya: Bumi Asih Jaya mempunyai utang sebesar Rp 85,6 miliar dari 10.584 pemegang polis yang mengakibatkan di cabutnya izin usaha pada 18 Oktober 2013.

3. Jiwasraya: Kasus gagal bayar PT Asuransi Jiwasraya bermula dari masalah penempatan dana investasi. Akibatnya perusahaan Jiwasraya mengalami gagal bayar polis kepada nasabah dengan produk investasi Saving Plan. Perusahaan tidak sanggup untuk memenuhi kewajiban pembayaran senilai Rp 12,4 triliun, yang mengakibatkan kerugian negara sebesar Rp 16,81 triliun.

4. Bumi Putera 1912: Pada tahun 2018, perusahaan mengalami gagal bayar klaim asuransi karena kewajiban yang dibayarkan lebih besar dari aset yang dimiliki. Akibatnya RBC Bumi Putera mengalami minus 628,4 persen.

5. Wanaartha Life: Wanaartha Life memiliki kewajiban yang lebih besar dari aset yang dimiliki, yang mengakibatkan gagal bayar pada nasabahnya. Pada 5 Desember 2022, OJK mencabut izin usaha Wanaartha life.

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian, definisi asuransi ialah suatu perjanjian antara dua pihak yaitu, perusahaan asuransi dengan pemegang polis yang menjadi dasar bagi perusahaan asuransi menerima premi. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), asuransi ialah pertanggungan antara dua pihak dimana pihak yang satu memiliki kewajiban membayar iuran sedangkan pihak lain memiliki kewajiban memberikan jaminan jika terjadi sesuatu terhadap pihak pertama.



Hingga tahun 2021, terdapat 60 perusahaan asuransi jiwa di Indonesia yang masih beroperasi. Berikut merupakan data 5 perusahaan asuransi dengan pendapatan premi terbesar tahun 2022 berdasarkan Lembaga Riset Media Asuransi (LRMA) yang dikutip dari Kompas.com.

Tabel 1. 1

Data 5 perusahaan asuransi terbesar di Indonesia berdasarkan aset kelolaan

No	Perusahaan Asuransi	Total Aset Kelolaan	Sumber
1.	PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	Rp 104 Triliun	Bisnis.com
2.	PT Prudential Life Assurance	Rp 72 Triliun	CNBC Indonesia
3.	PT AIA Financial	Rp 55 Triliun	AIA Financial
4.	PT Asuransi Allianz Life Indonesia	Rp 42,8 Triliun	Allianz Indonesia
5.	PT Asuransi Simas Jiwa	Rp 32,2 Triliun	Annual Report 2020

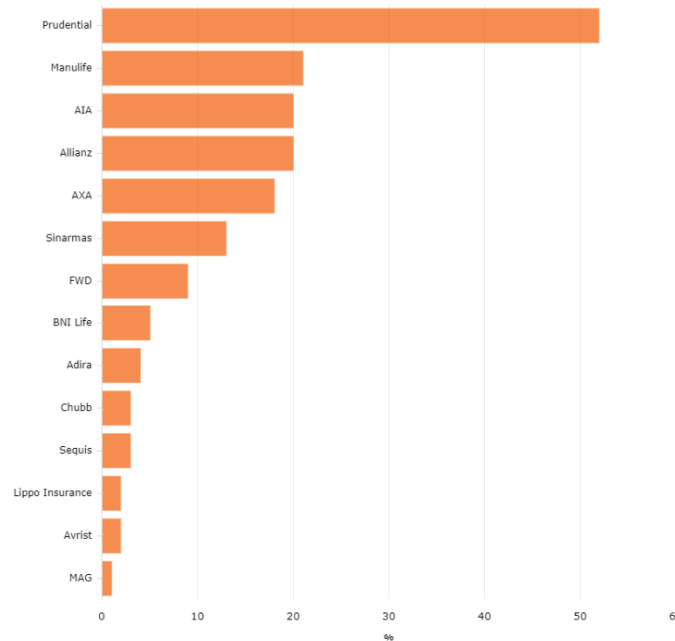
Sumber: Olahan Peneliti (diakses Mei 2023)

Salah satu perusahaan asuransi yang terkemuka di Indonesia ialah PT. Allianz Life Indonesia. PT. Asuransi Allianz Life Indonesia berdiri pada tahun 1996 yang bergerak di bidang asuransi jiwa, kesehatan, dana pensiun, dan syariah. Berdasarkan keterangan dari allianz.co.id, hingga tahun 2021, PT. Allianz Life Indonesia mempunyai jumlah tertanggung sebanyak 10.288.198 jiwa.



Gambar 1.1 Provider Asuransi Kesehatan Swasta yang Paling Banyak Digunakan di

Indonesia (Januari 2023)



Sumber: databoks.katadata.co.id (2023)

Gambar 1.1 menunjukkan Allianz memiliki persentase pangsa pasar asuransi sebesar 20% di Indonesia yang sama dengan asuransi AIA. Persentase tertinggi pengguna asuransi swasta di Indonesia ialah asuransi Prudential sebesar 52%. Selanjutnya, Manulife berada pada urutan kedua pangsa pasar asuransi swasta yang banyak digunakan yaitu sebesar 21%. Salah satu hal yang menjadi perhatian ketika membeli asuransi ialah merek dari asuransi itu sendiri.

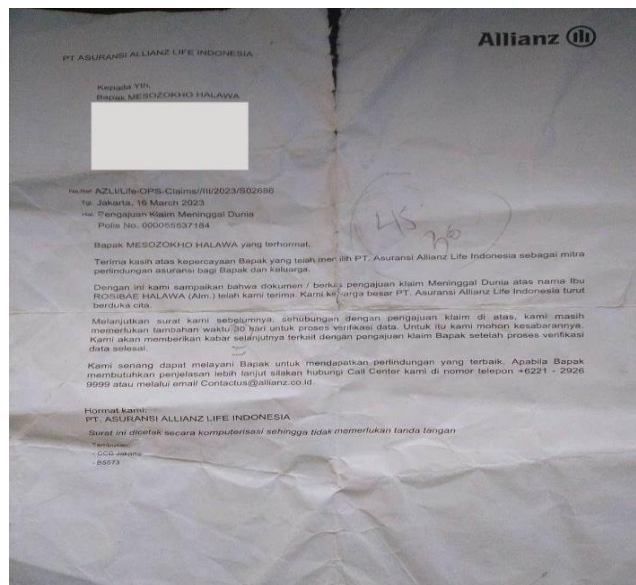
Menurut Firmansyah (2019:60) menyatakan citra merek merupakan suatu persepsi yang muncul pada pemikiran konsumen saat mengingat suatu merek dari produk tertentu. Merek yang kuat dapat memberikan rasa kepercayaan terhadap konsumen sehingga dapat membentuk hubungan jangka panjang bagi kedua pihak. Terkait citra merek, peneliti menemukan adanya masalah pada tahun 2017 terkait klaim asuransi Allianz yang menyulitkan nasabah dimana hal



tersebut menyebabkan Dirut Allianz ditetapkan menjadi tersangka karena tidak mencairkan klaim asuransi nasabah sehingga dapat mempengaruhi citra merek perusahaan (sumber:detiknews).

Tetapi terdapat fakta yang menarik yaitu menurut YouGov Recommend Rankings 2022 dalam investor.id, PT Asuransi Allianz Life Indonesia menjadi merek asuransi yang paling direkomendasikan masyarakat. Dalam survei tersebut, Allianz berada pada peringkat 10 dan menjadi satu-satunya asuransi pada Top 10 YouGov Recommend Rankings dengan skor 84,9. YouGov sendiri merupakan perusahaan riset dan analitik pasar yang berbasis di Inggris. YouGov mempunyai spesialisasi dalam mengumpulkan dan menganalisis data opini publik. YouGov menggunakan bermacam metode survei termasuk survei daring dalam mengumpulkan data mengenai pendapat dan perilaku masyarakat. Dengan demikian topik utama yang akan dibahas pada penelitian ini adalah pengaruh citra merek dan kualitas layanan asuransi Allianz.

Gambar 1. 2 Keluhan Nasabah Allianz Terkait Proses Klaim Asuransi



(Sumber: mediakonsumen.com)

Gambar 1.2 adalah foto proses klaim asuransi jiwa dari salah seorang nasabah Allianz pada tahun 2022. Pada halaman mediakonsumen.com yang berjudul “Lama dan Ribetnya Klaim

1. Penelitian meliputi a. Pengutipan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Asuransi Jiwa Allianz” mengeluhkan bahwa proses klaim asuransi jiwa membutuhkan waktu yang lama padahal data telah dilengkapi oleh nasabah. Pada halaman tersebut, konsumen menceritakan

bahwa Allianz membutuhkan waktu 45 hari untuk verifikasi data, tetapi ketika sudah melewati waktu 45 hari, Allianz kembali meminta waktu selama 30 hari untuk memverifikasi data. Sesudah waktu tersebut lewat, nasabah mendatangi kantor Allianz dan mendapatkan informasi bahwa proses klaim masih dalam verifikasi data sehingga hal ini menyebabkan nasabah merasa kecewa.

Dalam industri asuransi, kualitas layanan serta citra merek menjadi hal yang penting bagi calon konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini juga dapat membangun loyalitas bagi konsumen dalam meningkatkan pembelian ulang serta meningkatkan peluang referensi perusahaan kepada orang lain.

Industri asuransi merupakan suatu industri yang berkaitan dengan layanan perlindungan keuangan baik bagi individu maupun bisnis. Industri asuransi bergerak dalam penjualan jasa, sehingga layanan yang baik perlu menjadi perhatian bagi perusahaan asuransi maupun calon konsumen dalam terjadinya penjualan. Menurut Tjiptono dalam Nyarmiati dan Sri Rahayu Tri Astuti (2021) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah cara pemuasan kebutuhan dan kemauan konsumen juga ketepatan penyampaianya dalam menyesuaikan harapan konsumen. Dengan demikian, kualitas layanan yang baik dapat menjadi faktor penting untuk membangun kepercayaan calon konsumen serta meningkatkan daya saing perusahaan terhadap memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga tercipta pembelian.

Menurut Sudaryono dalam Salim et al. (2022) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, artinya orang yang mengambil keputusan mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen dihadapkan oleh berbagai faktor seperti manfaat, risiko serta adanya

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi tulisan ini untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



preferensi pribadi. Keputusan yang diambil adalah hasil dari evaluasi terhadap alternatif yang tersedia yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan serta tujuan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Allianz Di Jakarta”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka dapat disimpulkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz?
3. Apakah terdapat hubungan antara citra merek dan kualitas layanan asuransi Allianz?

1.3 Batasan Masalah

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz?

1.4 Batasan Penelitian

Agar tujuan penelitian lebih terarah, maka penulis akan membatasi ruang lingkup penelitian pada.

1. Objek penelitian adalah asuransi Allianz.
2. Subjek yang diteliti adalah nasabah asuransi Allianz.



3. Periode penelitian dari bulan Mei 2023 sampai dengan Agustus 2023

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang dapat ditulis yaitu “Apakah Citra Merek dan Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Allianz?”.

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian asuransi Allianz.

1.7 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian yang sama di masa depan, khususnya terhadap citra merek, kualitas layanan serta keputusan pembelian.
2. Bagi perusahaan, melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan evaluasi terhadap kualitas layanan serta menjaga citra merek untuk meningkatkan keputusan pembelian asuransi Allianz.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.