

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi persaingan bisnis sangat kompetitif baik dalam pasar domestik maupun internasional. Khusus untuk industri asuransi yang merupakan bagian dari industri keuangan, tuntutan menghadapi persaingan sangat berat. Salah satu kendala terhambatnya perkembangan industri asuransi di Indonesia adalah terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi, hanya masyarakat kelas menengah ke atas yang sudah mengerti mengenai asuransi, sedangkan masyarakat kelas bawah banyak yang tidak tahu mengenai asuransi. Dalam hal ini perusahaan asuransi membuat inovasi produk yang inovatif agar mampu menarik nasabah untuk membeli polis asuransi jiwa yang ditawarkan, salah satu caranya adalah dengan mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian polis asuransi, yaitu semenjak produk ditawarkan kepada calon nasabah sampai dengan calon nasabah tersebut membeli polis asuransi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adalah faktor kualitas produk, harga, promosi, tempat atau saluran distribusi.

Produk dan keunggulan suatu produk sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Keberhasilan beberapa perusahaan dalam menguasai pasar sering dikaitkan dengan mutu produk yang ditawarkan kepada para calon pembeli.

Harga premi adalah salah satu faktor mengapa calon nasabah mempertimbangkan untuk membeli polis asuransi jiwa tersebut, terbentuknya harga

tersebut adalah merupakan kesepakatan antara pembeli dan penjual dalam menilai suatu produk. Harga dengan demikian merupakan aspek pertama yang diperhatikan pembeli. Harga merupakan salah satu aspek yang ikut menentukan pilihan untuk memuaskan kebutuhannya.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Agar promosi dapat berjalan efektif maka pihak eksekutif harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai siapa calon pembeli produknya. Promosi bertujuan memberikan informasi kepada calon nasabah.

Saluran distribusi berhubungan dengan pengambilan keputusan untuk menggunakan saluran distribusi yang menyangkut masalah jenis organisasi saluran yang akan digunakan, peningkatan manajemen saluran distribusi sesuai dengan produk. Pemilihan saluran distribusi mempengaruhi penentuan posisi merek konsumen.

Jiwa seseorang dapat diasuransikan untuk keperluan orang yang berkepentingan, baik untuk selama hidupnya maupun untuk waktu yang ditentukan dalam perjanjian. Orang yang berkepentingan dapat mengadakan asuransi itu bahkan tanpa diketahui atau persetujuan orang yang diasuransikan jiwanya.

Jadi setiap orang dapat mengasuransikan jiwanya, asuransi jiwa bahkan dapat diadakan untuk kepentingan pihak ketiga. Asuransi jiwa dapat diadakan selama hidup atau selama jangka waktu tertentu yang ditetapkan dalam perjanjian. Pihak-pihak yang mengikatkan diri secara timbal balik itu disebut penanggung dan tertanggung.

Penanggung dengan menerima premi memberikan pembayaran, tanpa menyebutkan kepada orang yang ditunjuk sebagai penikmatnya.

Perusahaan asuransi adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perlindungan dan sebagai penghimpun dana masyarakat melalui kontribusi dalam bentuk pembayaran premi. Perusahaan jasa asuransi tersebut mengelola dana secara profesional sehingga apabila diperlukan dapat disalurkan secara berdaya dan tepat guna kepada anggota masyarakat yang mengalami musibah. Hal ini berarti perusahaan asuransi berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penggantian kerugian apabila terjadi musibah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada hal di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penilaian ini, yaitu :

1. Apakah produk, harga, promosi dan tempat (saluran distribusi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa?
2. Faktor apakah diantara produk, harga, promosi dan tempat (saluran distribusi) yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian polis asuransi jiwa?

C. Tujuan

Sejalan dengan perumusan permasalahan diatas, tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk asuransi, harga premi, promosi, tempat (saluran distribusi) terhadap keputusan pembelian polis asuransi oleh nasabah.
2. Untuk mengidentifikasi faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian polis asuransi oleh nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian ini anantara lain meliputi :

1. Bagi Perusahaan Asuransi
Memberikan masukan strategi bagi AXA Mandiri agar dapat lebih berkembang dan meningkatkan pasar pada masa yang akan datang.
2. Bagi Literatur
Memperdalam pengertian dan pemahaman tentang industri asuransi.