

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Asuransi

Istilah asuransi berasal dari bahasa Inggris, *insurance* yang berarti pertanggungan, dalam bahasa Belanda *asurantie*, dalam hukum Belanda disebut *verzekering* yang berarti pertanggungan, yang kemudian memunculkan istilah *assuradeur* yang berarti penanggung, sedangkan *greassureede* berarti tertanggung. Istilah *assurantie* sesungguhnya berasal dari bahasa latin, yaitu *assecurare* yang berarti meyakinkan orang.¹

Definisi asuransi di Indonesia telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian sebagaimana dalam pasal 1 ayat (1) “asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada pihak tertanggung, dengan menerima premi asuransi, 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 atau hidupnya seorang yang dipertanggungkan”.²

Sehingga penulis dapat simpulkan bahwa asuransi merupakan perjanjian antara penanggung dengan tertanggung dimana pihak tertanggung mengalihkan risikonya seperti kehilangan, kebakaran, kerusakan, kerugian ataupun meninggal dunia kepada penanggung dengan membayarkan sejumlah premi yang telah disepakati bersama.

Menurut Muhaimin Iqbal, asuransi syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong-menolong secara

¹ Veithzal, Andria Permata, Fery N. Indroes, “*Bank Dan Financial Institution Managemen*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), Hal 1003.

² Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 Pasal 1 Ayat (1) Tentang Perasuransian.

mutual yang melibatkan peserta dan operator. Sedangkan menurut bahasa Arab, asuransi disebut *At-Ta'min*, *At-Takaful* dan *Tadamun*.³

a. *At-ta'min*

At-ta'min penanggung disebut *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'amman lahu* atau *musta'min*. *At-ta'min* diambil dari kata *amana* yang artinya perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.

b. *Takaful*

Kata *takaful* berasal dari kata *takafala-yatakafalu* yang secara etimologis berarti menjamin atau saling menanggung. *Takaful* dalam pengertian muamalah adalah saling memikul risiko diantara sesama orang sehingga antara satu dengan yang lain menjadi penanggung atas risiko yang lain.

c. *Tadamun*

Asuransi disebut juga *Tadamun* yang berasal dari kata *damana* yang berarti saling menanggung bertujuan untuk menutupi kerugian atas suatu peristiwa dan musibah yang dialami seseorang.

Dapat penulis simpulkan bahwa asuransi syariah adalah suatu pengelolaan risiko yang sesuai dengan ketentuan syariah untuk tolong menolong dan melindungi sehingga menciptakan rasa aman yang menggunakan akad sesuai syariah (tabarru dan tijarah).

B. Premi Asuransi

Premi asuransi adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan setiap bulannya sebagai kewajiban dari tertanggung atas keikutsertaannya di asuransi. Besarnya premi atas keikutsertaan di asuransi yang harus dibayarkan telah ditetapkan oleh perusahaan asuransi dengan memperhatikan keadaan-keadaan dari tertanggung.⁴

³ Muhaimin Iqbal, "Asuransi Umum Syariah Dalam Praktik Upaya Menghilangkan Maisir, Gharar, dan Riba" (Jakarta: Gema Insani, 2009), Hlm. 2.

⁴<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Premi>, Diakses Tanggal 30 Maret 2019, Pukul 19.37
Wib

Sedangkan menurut Abdullah Amrin, premi merupakan pembayaran sejumlah uang yang dilakukan pihak tertanggung kepada pihak penanggung untuk mengganti sesuatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan akibat timbulnya perjanjian atas pemindahan risiko dari tertanggung kepada penanggung (*transfer of risk*).⁵ Premi pada asuransi syariah adalah sejumlah dana yang dibayarkan oleh peserta yang terdiri atas dana tabungan dan dana *tabarru*.⁶

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa premi asuransi syariah adalah pembayaran (kontribusi) dana tabungan dan dana *tabarru* yang harus dibayar dalam jangka waktu dan besaran sesuai dengan kesepakatan oleh pihak tertanggung kepada pihak penanggung untuk mengganti kerugian, kerusakan, kehilangan, ataupun kematian.

1. Indikator Premi Asuransi jiwa Syariah

Untuk menentukan sebuah tarif dalam usaha asuransi syariah, didasarkan atas tiga faktor yaitu:⁷

1. Tabel Mortalitas

Tabel mortalitas berisi pertimbangan seberapa lama batas umur rata-rata seseorang bisa hidup. Tabel ini merupakan alat yang praktis digunakan perusahaan asuransi jiwa dalam menghitung tingkat mortalitas setiap kelompok umur. Semakin tinggi tingkat mortalitasnya, maka semakin mahal preminya. Besarnya premi yang harus dibayarkan ditentukan oleh tingkat mortalitas.

2. Asumsi Bagi Hasil (*Mudharabah*)

Pada asuransi syariah tidak mengenal sistem bunga, tapi menggunakan sistem *tabarru*. Dana ini diberikan kepada pihak nasabah yang sebagian persennya berasal dari uang kontribusi, yang bersifat saling tolong-menolong sesama umat. Agar perusahaan

⁵ Abdullah Amrin, "Asuransi Syariah Keberadaannya Dan Kelebihannya Di Tengah Asuransi Konvensional", (Jakarta: Ikapi, 2006), Hlm 108.

⁶ Veithzal Rivai, "Bank And Financial Institution Management Conventional & Sharia System", (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm 1055.

⁷ Abdullah Amrin, Asuransi Syariah: Keberadaannya Dan Kelebihannya Ditengah Asuransi Konvensional, (Jakarta:Ikapi, 2006), Hlm 109

asuransi syariah bebas dari unsur riba maka perusahaan asuransi mengganti unsur perhitungannya dengan sistem bagi hasil.

3. **Biaya-Biaya Asuransi Yang Adil dan Tidak Menzalimi Peserta (biaya operasional**

Pada asuransi syariah, biaya dibebankan secara adil dan proporsional, serta transparan kepada nasabah asuransi sehingga biaya tersebut tidak terlalu membebani nasabah yang akan mengakibatkan terjadinya dana hangus.

C. Produk Asuransi

Menurut Philip Kotler dan Amstrong, Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekadar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Dalam arti luas, produk meliputi objek-objek fisik, jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau bauran entitas-entitas ini, sedangkan Jasa adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu.⁸

1. Indikator Produk

kualitas produk memiliki delapan dimensi yaitu :⁹

- a. Kinerja (*Performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli
- b. Daya tahan (*Durability*), berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan

⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi dua belas Jilid 1*” (Jakarta : Erlangga, 2001) Hlm 266.

⁹ Philip Kotler Dan Gary Amstrong (2002),“ *Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta :PT. Prenhallindo, 2002), Hlm 329.

- c. Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance To Specification*, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya.
- d. Pelayanan (*serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- e. Fitur (*Features*), yaitu meliputi karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk
- f. Estetika yaitu berkaitan dengan bagaimana tampilan produk yang bersangkutan.
- g. Keandalan (*Reability*), menunjukkan bahwa produk bekerja dengan memuaskan dalam periode tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- h. Kesan Kualitas, merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

D. Kualias Pelayanan

Menurut Zeithaml, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen, dan kualitas layanan dibentuk oleh perbandingan antara harapan dan persepsi dari kinerja kualitas, (oliver 1993) kualitas pelayanan dapat dilihat dari kepercayaan konsumen terhadap janji perusahaan. Parasuraman, Zeithaml dan Berry mengevaluasi kualitas jasa dengan lima indikator, yaitu:¹⁰

1. Wujud fisik (*Tangibles*), meliputi penampilan fisik gedung, pegawai, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan dan kelengkapan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang diberikan.

¹⁰ Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran," (Yogyakarta: Andi, 2009), Hlm 26

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kesigapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, misalnya penanganan keluhan pelanggan.
4. Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan, pengetahuan terhadap produk, kesopanan, keramahan, keterampilan karyawan serta memberikan keamanan dan kepercayaan kepada pelanggan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan.
5. Empati (*Empathy*), yaitu perhatian perusahaan kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, mudah berkomunikasi dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

E. Kepuasan

1. Pengertian kepuasan

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹¹

Menurut Lovelock dan Wright konsumen mengalami berbagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan setelah mengalami masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan konsumen terpenuhi atau terlampaui. Hal ini karena kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca-pembelian konsumen dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Konsumen yang marah atau tidak puas akan

¹¹ Philip Kotler, Dan Grey Armstrong. "*Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*" (Jakarta : Erlangga, 2001), hlm 138-139.

menimbulkan masalah karena dapat berpindah ke perusahaan lain dan menyebarkan berita negatif dari mulut-kemulut .¹²

Dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewanya seseorang atas kinerja yang telah diberikan kepada konsumen, konsumen akan merasa puas apabila kinerja yang diberikan sesuai harapan dan konsumen akan merasa tidak puas apabila kinerja yang diberikan tidak sesuai dengan harapan.

2. Indikator Kepuasan

Indikator kepuasan konsumen terdiri dari:¹³

1. Pembelian ulang yaitu, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang atau jasa.
2. Menciptakan *word of mouth*: dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.
3. Menciptakan citra merek: pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama: yaitu pelanggan akan membeli produk yang lain dari perusahaan yang sama.

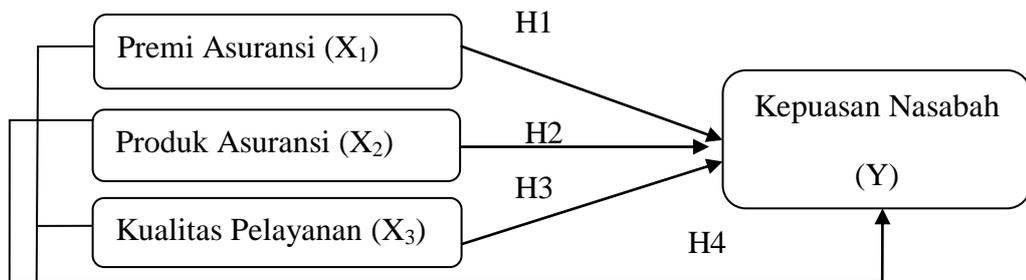
F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran atau kerangka teoritik digunakan peneliti sebagai acuan sehingga dalam proses penelitian dapat sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai peneliti. Kerangka teoritik dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

¹² Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wisnantoro, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus", Jurnal, Penelitian Ekonomi dan Bisnis, 2(2), 2017, Hlm 101-113.

¹³ Fandy Tjiptono, "strategi pemasaran", (Yogyakarta: Andi, 2004), Hlm 101.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran
Pengaruh Premi Asuransi, Produk Asuransi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Palembang



G. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Siti Muazizah Skripsi (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Premi Terhadap Kepuasan Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Tulung Agung”	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan ada pengaruh signifikan yang tinggi terhadap kepuasan nasabah, sedangkan premi berpengaruh, namun tidak signifikan. Kemudian penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan dan premi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan	1. Tempat penelitian di AJS Bumiputera Tulung Agung 2. Sumber data nya dari data primer (kuesioner), sedangkan penulis primer dan sekunder

			nasabah	
2	Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wismantoro jurnal (2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifkan terhadap kepercayaan dan kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitian di Kudus 2. Teknik analisis menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i>, sedangkan penulis menggunakan analisis regresi linear berganda. 3. Analisis data menggunakan AMOS versi 22, sedangkan penulis menggunakan spss versi 16.0 4. Teknik pengambilan sampel purposive sampling sedangkan penulis menggunakan simple random sampling 5. Hanya menggunakan uji validitas dan reliabilitas

3	Aristyo Adisaputro, dkk	Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel premi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Dengan nilai Koefisien Determinasi (KD) yaitu sebesar 80,9%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitian dilakukan di Semarang 2. Produk yang diteliti yaitu asuransi pendidikan, sedangkan penulis semua produk 3. Teknik pengambilan sampel purposive sampling.
4	Rachmad Hidayat Jurnal (2009)	Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek penelitian di bank mandiri sedangkan penulis di asuransi syariah. 2. Teknik sampling dengan teknik <i>systematic random sampling</i> sedangkan penulis simple random sampling
5	Muhammad Azrai Nasution, dkk Jurnal (2019)	Pengaruh Produk, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah asuransi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitian di medan 2. Produk yang diteliti yaitu Produk Asuransi Takaful Dana Pendidikan sedangkan penulis semua produk.

		Keluarga Di Medan)	dalam menggunakan produk asuransi Takaful Dana Pendidikan.	
--	--	--------------------	--	--

Sumber: Data Sekunder, 2019.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, dimana perumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.¹⁴ Dimana hipotesis itu masih perlu dibuktikan kebenarannya dan harus bersifat logis, jelas dan dapat diuji. hipotesis yang akan diajukan penulis pada penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Premi Asuransi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Palembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aristyo Adisaputro, Dkk dengan judul penelitian “Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi Pendidikan (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel premi asuransi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

Ho= Diduga premi asuransi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.

H1= Diduga premi asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.

2. Pengaruh Produk Asuransi Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Palembang.

¹⁴ Sugiono, ” *Metodologi Penelitian Administratif*”, (Bandung: Alfabeta, 2009). Hlm 96.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Vernando Satria Wijaya dan Yohan Wismantoro (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah Asuransi Jiwasraya Cabang Kudus”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menjadi variabel terbesar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah..

H₀= Diduga produk asuransi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang

H₂= Diduga produk asuransi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Palembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat (2009) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan, Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank mandiri di Jawa Timur maka nasabah akan semakin puas.

H₀= Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.

H₃= Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.

4. Pengaruh premi asuransi, produk asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Palembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh aristyو Adisaputro dengan judul penelitian ”*Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Asuransi (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 Kantor Cabang Eksekutif Semarang)*” serta penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat dengan judul penelitian ” *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa premi asuransi, produk asuransi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H₀= Diduga premi asuransi, produk asuransi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.

H₄= Diduga premi asuransi, produk asuransi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. AJS Bumiputera KPPAS Palembang.