

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini, di mana risiko kesehatan meningkat dan biaya perawatan medis semakin tinggi, kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan finansial melalui asuransi kesehatan terus mengalami perkembangan. Asuransi kesehatan hadir sebagai solusi untuk memindahkan beban risiko biaya medis yang tidak terduga, sekaligus memberikan rasa aman bagi individu dan keluarganya. Meskipun kebutuhannya kian jelas, tingkat kepemilikan polis asuransi kesehatan di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) tahun 2024, jumlah tertanggung produk asuransi kesehatan naik 6,8% dibandingkan tahun sebelumnya, sementara total klaim manfaat melonjak hingga 15,2%. Lonjakan ini menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan, namun tidak diiringi dengan pertumbuhan signifikan jumlah peserta.

Di lapangan, masyarakat sering menghadapi kendala dalam memahami detail manfaat, pengecualian, dan prosedur klaim dari produk asuransi. Hal tersebut kerap memunculkan keraguan sebelum mengambil keputusan pembelian. Dalam situasi ini, broker asuransi memiliki peranan penting sebagai pihak independen yang menghubungkan calon nasabah dengan penyedia asuransi. Peran broker tidak hanya menjual produk, tetapi juga memberikan edukasi, saran, dan pendampingan mulai dari proses pemilihan produk hingga penyelesaian klaim.

PT. Mitra Harmoni Insurance Broker merupakan perusahaan Pialang asuransi yang berperan sebagai penghubung netral antara nasabah dan berbagai perusahaan asuransi. Tidak seperti agen yang mewakili satu perusahaan, broker memiliki keleluasaan untuk menawarkan berbagai pilihan produk dari banyak penyedia asuransi. Dengan pendekatan yang berfokus pada konsultasi, broker membantu nasabah memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya, sekaligus memastikan hak-hak nasabah terlindungi secara optimal. Posisi strategis ini memungkinkan broker memahami berbagai faktor yang memengaruhi keputusan calon nasabah untuk membeli polis, khususnya asuransi kesehatan.

Berdasarkan hasil pra-survei dan pengamatan awal, terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian nasabah. Pertama, kepercayaan terhadap broker sebagai pihak yang profesional, jujur, dan bertanggung jawab. Dalam layanan asuransi,

kepercayaan menjadi kunci karena nasabah menaruh harapan pada perlindungan di masa depan yang sifatnya belum nyata saat ini. Kedua, citra merek dari perusahaan asuransi yang ditawarkan. Merek yang memiliki reputasi baik akan membangun persepsi positif bahwa perusahaan tersebut dapat diandalkan dan memiliki layanan yang berkualitas. Ketiga, harga premi, yang sering kali menjadi bahan pertimbangan penting. Meskipun tidak selalu mencerminkan kualitas perlindungan, calon nasabah cenderung membandingkan manfaat yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan. Premi yang terlalu mahal tanpa manfaat yang sepadan dapat mengurangi minat, sedangkan premi yang sangat rendah dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitas layanan.

Data internal PT. Mitra Harmoni Insurance Broker menunjukkan adanya peningkatan jumlah calon nasabah dari 45 Perusahaan pada tahun 2022 menjadi 60 Perusahaan pada tahun 2023, dan 87 Perusahaan pada tahun 2024. Namun, tidak semua calon nasabah tersebut melanjutkan ke tahap pembelian polis. Dari total calon nasabah, hanya 30 Perusahaan yang membeli polis pada 2022, 38 Perusahaan pada 2023, dan 52 orang pada 2024. Artinya, pada tahun 2024 tingkat pembatalan pembelian mencapai 40,2% dari total calon nasabah, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Calon Nasabah dan Realisasi Pembelian Produk Asuransi Kesehatan Tahun 2022 – 2024

Tahun	Jumlah Calon Nasabah	Jumlah yang Jadi Membeli Polis	Jumlah yang Membatalkan	Persentase Pembatalan (%)
2022	45	30	15	33,3%
2023	60	38	22	36,7%
2024	87	52	35	40,2%

Sumber : PT. Mitra Harmoni Insurance Broker, 2025

Selain itu, dari total 35 kasus pembatalan pada tahun 2024, mayoritas disebabkan oleh faktor ekonomi dan psikologis. Berdasarkan data, 42,9% pembatalan terjadi karena premi dianggap terlalu mahal, 25,7% dipicu oleh rendahnya tingkat kepercayaan terhadap layanan yang diberikan, dan 17,1% disebabkan oleh keraguan terhadap reputasi atau citra merek perusahaan asuransi. Rincian ini dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut.

Tabel 1. 2 Alasan Pembatalan Pembelian Polis oleh Calon Nasabah (2024)

Alasan Pembatalan	Jumlah Kasus	Persentase (%)
Harga premi dinilai terlalu tinggi	15	42,9%
Tidak percaya terhadap asuransi	9	25,7%
Tidak yakin terhadap merek/brand	6	17,1%
Alasan lain (internal, pribadi, dll.)	5	14,3%
Total	35	100%

Sumber : PT. Mitra Harmoni Insurance Broker, 2025

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa meskipun permintaan terhadap asuransi kesehatan terus meningkat, keputusan untuk membeli polis tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan akan perlindungan medis, tetapi juga oleh penilaian konsumen terhadap faktor kepercayaan, reputasi merek, dan besaran premi yang ditawarkan.

Dengan memahami kondisi industri, perilaku konsumen, dan tantangan kompetitif di pasar, penelitian ini memiliki urgensi yang kuat untuk dilakukan. Tujuan utamanya adalah menganalisis sejauh mana variabel Kepercayaan, Citra Merek, dan Harga Premi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian layanan asuransi kesehatan oleh nasabah melalui PT. Mitra Harmoni Insurance Broker. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan strategis bagi perusahaan dalam menyusun pendekatan pemasaran yang lebih tepat sasaran sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan guna bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?
3. Apakah harga premi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga premi terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan ?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baik dari sisi teoritis maupun praktis, dengan rincian sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan kajian perilaku konsumen dan strategi pemasaran jasa. Dengan meneliti pengaruh kepercayaan, citra merek, dan harga premi terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan melalui broker, penelitian ini memberikan referensi tambahan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di industri jasa keuangan. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi akademisi maupun peneliti lain untuk melakukan studi serupa dengan variabel yang sama ataupun pada objek yang berbeda.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, hasil penelitian dapat digunakan oleh manajemen PT. Mitra Harmoni Insurance Broker sebagai bahan evaluasi dan masukan strategis dalam perencanaan pemasaran dan layanan. Dengan memahami faktor-faktor yang memiliki pengaruh signifikan—seperti tingkat kepercayaan pelanggan, kekuatan citra merek produk asuransi, dan persepsi terhadap harga premi—perusahaan dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan terarah. Selain itu, temuan ini juga diharapkan membantu meningkatkan kualitas hubungan dengan nasabah, memperkuat loyalitas, serta memperbesar daya saing perusahaan di industri broker asuransi yang semakin kompetitif.

1.4.3 Manfaat Akademis

Bagi penulis sebagai mahasiswa manajemen pemasaran, penelitian ini menjadi ajang penerapan teori ke dalam praktik penelitian ilmiah, sekaligus sarana pengembangan keterampilan akademik. Pengalaman yang diperoleh selama proses penelitian diharapkan dapat menjadi bekal dalam penyusunan karya ilmiah sesuai kaidah akademis. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi sumber rujukan bagi mahasiswa lain yang tertarik mendalami topik perilaku konsumen, pemasaran jasa, serta peran broker dalam industri asuransi.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memperjelas arah dan isi dari penelitian ini, disusunlah sistematika penulisan yang menjelaskan pokok bahasan serta materi yang akan diuraikan dalam setiap bab. Adapun struktur penulisan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat yang ingin dicapai, serta gambaran umum mengenai sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori-teori yang relevan sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan penelitian, tinjauan terhadap studi terdahulu, penyusunan kerangka pemikiran, serta perumusan hipotesis yang akan diuji.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, serta teknik analisis dan pengujian hipotesis yang diterapkan dalam penelitian ini.

BAB IV : ANALISA HASIL DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi pengolahan serta analisis data yang telah peneliti kumpulkan sehingga diperoleh berupa hasil penelitian yang dapat menjawab tujuan dari penelitian ini yakni pengaruh kepercayaan, citra merek, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian jasa asuransi kesehatan melalui broker asuransi PT. Mitra Harmoni Insurance Broker.

BAB V: PENUTUP

Bab ini menyajikan rangkuman hasil penelitian berupa kesimpulan utama yang ditarik dari keseluruhan pembahasan, serta saran-saran yang diberikan peneliti sebagai rekomendasi bagi perusahaan terkait. Untuk memberikan pemahaman menyeluruh terhadap isi skripsi, penulisan laporan ini disusun secara sistematis dalam lima bab.

