

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETERTARIKAN NASABAH DALAM PEMBELIAN PRODUK ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR

Nurhayati Harahap, Dara Nabila, Novita sari, Riri dwita putri

<sup>1</sup> Universitas Alwasliyah Medan

<sup>2-4</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

email: nurhayatiharahap.2710@gmail.com, daranabila2002@gmail.com,

novitasari2048@gmail.com, rrdwita04@gmail.com

### *Abstract*

*Motor vehicle insurance policy is a type of contract that outlines the legal relationship between an insurance company (insurer) and an insurance customer (insured). Throughout 2024, the number of traffic accidents in Indonesia increased drastically. As of August 5, 2024, 79,220 traffic accidents were reported, based on data from the Integrated Road Safety Management System (IRSMS) of the Indonesian Police Traffic Corps. When compared to the previous period, these statistics show an alarming spike. same as the previous year. The aim of this research is to determine the variables that influence consumers' desire to buy motor vehicle insurance. Vehicle insurance is very important for protection in facing increasingly complicated traffic conditions and high risk of accidents. The literature review method, namely collecting and reviewing various related literature to determine the elements that influence consumer interest, was used in this research. Based on the study's findings, there are three main factors that significantly influence the results: product quality, price, and religiosity. Customers are more interested in car insurance when the product is of high quality and affordable prices. Apart from that, the choice of more religious customers towards insurance products that suit their views is influenced by elements of religiosity, especially those related to sharia principles. It is hoped that these results can serve as a guide for insurance businesses in creating products and marketing plans that are more suited to the needs and tastes of their clients.*

**Keywords:** *Motor Vehicle Insurance, Customer Interest, Product Quality, Price, Religiosity*

### 1. PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya jumlah dan variasi kendaraan bermotor yang digunakan, kondisi lalu lintas juga meningkat, dan ancaman yang harus dihadapi masyarakat juga semakin rumit. Kecelakaan kendaraan bermotor dan kehilangan kendaraan karena berbagai sebab merupakan salah satu risiko yang dapat timbul. Perusahaan asuransi adalah organisasi yang menanggung risiko dalam menjalankan usahanya dengan berhubungan langsung dengan tertanggung atau melalui pialang asuransi sesuai dengan protokol dan peraturan yang telah ditetapkan.

“Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana para pihak mengikatkan diri kepada

tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan ganti rugi kepada tertanggung akibat kerugian, kerusakan, atau hilangnya keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum terhadap suatu pihak. pihak ketiga yang mungkin dirugikan oleh tertanggung, yang timbul karena suatu peristiwa yang tidak dapat dipastikan,” bunyi Undang-undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian.” [2] Kendaraan bermotor merupakan salah satu bentuk transportasi berharga yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Jumlah pengendara sepeda motor, baik pribadi maupun umum, semakin meningkat setiap tahunnya akibat persaingan harga dan kualitas yang menyebabkan peningkatan

produksi kendaraan bermotor bahkan dari produsen mobil yang berbeda. [3]

Banyak dari kekhawatiran ini disertai dengan mekanisme kompleks yang dapat dimanfaatkan untuk mengurangi risiko yang ditimbulkannya. Asuransi adalah mekanisme yang dimaksud, dan dianggap sebagai mekanisme penting yang berperan dalam masyarakat kontemporer. Tujuan asuransi adalah untuk memitigasi potensi risiko terhadap individu dan properti yang sedang dikembangkan. Asuransi merupakan suatu produk perlindungan yang tujuan dan manfaatnya semakin nyata bagi konsumen, sehingga keberadaannya semakin berarti bagi mereka. Sudah terdapat sejumlah perusahaan asuransi di Indonesia yang melayani kebutuhan masyarakat dalam mengelola potensi risiko di masa depan. Oleh karena itu, para pelaku usaha di industri asuransi berusaha keras untuk memimpin industrinya masing-masing. Dalam hal ini, setiap bisnis bertujuan untuk menampilkan barang dan jasa terbaiknya untuk memenuhi kebutuhan tertanggung yang semakin bervariasi dan kompleks.[4]

Asuransi kendaraan bermotor adalah jenis asuransi kerugian yang melindungi pemegang polis terhadap potensi kerugian yang terkait dengan kepemilikan dan pengoperasian kendaraan bermotor. Polis asuransi kendaraan bermotor adalah suatu jenis kontrak yang menguraikan hubungan hukum antara perusahaan asuransi (penanggung) dan nasabah asuransi (tertanggung). Sepanjang tahun 2024, angka kecelakaan lalu lintas di Indonesia meningkat drastis. Hingga 5 Agustus 2024, tercatat 79.220 kecelakaan lalu lintas dilaporkan, berdasarkan data Sistem Manajemen Keselamatan Jalan Terpadu (IRSMS) Korps Lalu Lintas Polri. Jika dibandingkan periode sebelumnya, statistik ini menunjukkan lonjakan yang mengkhawatirkan. sama seperti tahun sebelumnya. Dengan 11.924 kejadian, bulan April mengalami kecelakaan terbanyak, disusul bulan Juni dan Juli dengan sedikit penurunan. Pola yang tidak menentu ini menggambarkan bagaimana lalu lintas dipengaruhi oleh sejumlah variabel, seperti

meningkatnya jumlah mobil dan pelanggaran yang terjadi.[5]

Sekitar 552.155 sepeda motor, atau 76,42% dari seluruh kendaraan yang terlibat, terlibat dalam kecelakaan lalu lintas, menjadikannya jenis kendaraan yang paling umum. Sebanyak 722.470 kendaraan terlibat dalam kecelakaan sepanjang tahun. Jumlah korban kecelakaan cukup besar. Dari 117.962 korban tersebut, 7,21% meninggal dunia, 8,26% mengalami luka berat, dan 84,51% hanya mengalami luka ringan. Hal ini menyoroti betapa mendesaknya peningkatan keselamatan jalan raya karena tingginya frekuensi tabrakan fatal. Peningkatan kecelakaan ini penting bagi Kepolisian Nasional dan polisi lalu lintasnya, yang tetap memberikan instruksi tentang keamanan, keselamatan, dan keselamatan berkendara. Di penjara. Menurut Direktur Jenderal Korlantas Polri Raden Slamet Santoso, pelanggaran kerap kali mengakibatkan kecelakaan lalu lintas. Masyarakat diharapkan semakin sadar dan disiplin sehingga Indonesia dapat menunjukkan kepada dunia bahwa lalu lintas di tanah air semakin aman dan teratur.[5]

“Menurut Brigjen Raden Slamet Santoso, “karena setiap kecelakaan pasti didahului dengan suatu pelanggaran, maka marilah kita hindari pelanggaran-pelanggaran dalam berlalu lintas, baik disengaja maupun tidak disengaja, guna meningkatkan tertib lalu lintas di Indonesia, dan mari kita tunjukkan kepada dunia bahwa lalu lintas di sana lebih efisien, terorganisir, dan unggul. Dalam Operasi Zebra yang dijadwalkan pada 14-27 Oktober 2024, Polsek Korlantas juga akan menyoar pengemudi di bawah umur, penggunaan ponsel saat berkendara, pelanggaran lalu lintas, dan ngebut yang banyak terjadi di kalangan pengendara sepeda motor. Pada Operasi Zebra yang dijadwalkan pada 14-27 Oktober 2024, Polsek Korlantas juga akan menyoar pengemudi di bawah umur, penggunaan ponsel saat berkendara, pelanggaran lalu lintas, dan melebihi batas kecepatan yang banyak terjadi di kalangan pengendara sepeda motor di jalur tersebut.[5]

Dengan adanya asuransi memberikan jaminan terhadap terjadinya kecelakaan, baik yang berkaitan dengan jiwa maupun harta benda, maka orang yang menjadi peserta asuransi mempunyai kebebasan lebih untuk mempertahankan kehidupannya sehari-hari. Objeknya bisa berupa mobil atau rumah. Orang-orang saat ini memasukkan kendaraan mereka ke dalam polis asuransi mereka serta produk asuransi jiwa, yang menarik banyak klien. Hal ini karena masyarakat Indonesia saat ini memiliki kendaraan pribadi dalam jumlah besar, dan jumlah kecelakaan terus meningkat setiap tahunnya [6].

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian *literature review* (tinjauan literatur) adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis dari berbagai sumber literatur yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau memahami perkembangan pengetahuan di suatu bidang tertentu. Tinjauan literatur membantu peneliti memahami dan merangkum penelitian sebelumnya, mengidentifikasi kesenjangan dalam pengetahuan yang ada, dan menentukan arah untuk penelitian lebih lanjut. di mana referensi teoritis dikumpulkan oleh penulis. Penelitian dikembangkan dan ditemukan solusi atau alternatif pemecahannya dengan menggunakan teori-teori yang diperoleh dari tinjauan pustaka ini. Penelitian yang dilakukan di perpustakaan dengan menggunakan buku, catatan, dan laporan penelitian terdahulu dikenal dengan istilah penelitian perpustakaan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

**Faktor-faktor yang mempengaruhi ketertarikan nasabah dalam membeli produk asuransi kendaraan bermotor.**

### 1. Pengaruh Produk Terhadap ketertarikan nasabah Dalam Memilih Asuransi kendaraan bermotor.

Menurut Kotler & Armstrong dalam Kurnia (2021) Segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dan tersedia bagi publik untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dianggap sebagai produk. Suatu produk secara konseptual didefinisikan sebagai interpretasi subjektif produsen terhadap segala sesuatu yang dapat disediakan dalam upaya mencapai tujuan organisasi dengan memenuhi kebutuhan dan aktivitas pelanggan dengan cara yang kompeten dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

Ketertarikan dalam memilih asuransi mobil sampai batas tertentu dipengaruhi secara positif oleh produk. Pelanggan lebih tertarik untuk memilih asuransi mobil jika produk yang diterimanya memiliki kualitas yang lebih baik, dan mereka kurang tertarik untuk memilih asuransi mobil jika produk yang diterimanya memiliki kualitas yang lebih rendah. Produk berdampak pada minat konsumen dalam memilih asuransi kendaraan; Secara spesifik, produk-produk berkualitas tinggi yang ditawarkan asuransi mobil sudah sesuai dengan keinginan konsumen.

### 2. Pengaruh Harga Terhadap ketertarikan nasabah Dalam Memilih Asuransi kendaraan bermotor.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan pembeli untuk memperolehnya suatu barang. Tujuan penetapan harga dapat dibagi menjadi empat kategori: berorientasi pada keuntungan, berorientasi pada volume, berorientasi pada citra, dan stabilisasi harga. Keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat, dan kesesuaian harga atau daya saing harga merupakan empat metrik yang menentukan harga, menurut Kotler

(2009) dalam Amalia dan Asmara (2017:663).[4]

Ketertarikan masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah dipengaruhi oleh biaya karena preminya dapat disesuaikan dan cukup terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Masyarakat dapat membayar premi asuransi syariah dengan berbagai cara, mulai dari bulanan, triwulanan, semesteran, tahunan, dan sekaligus. Pelanggan lebih cenderung memilih asuransi kendaraan bermotor jika perusahaan menawarkan tingkat harga yang lebih baik; sebaliknya, jika perusahaan menawarkan tingkat harga yang kurang terjangkau kepada pelanggan, kecil kemungkinannya mereka akan melakukan hal tersebut.

### **3. Pengaruh religiusitas terhadap kerertarikan nasabah dalam memilih asuransi kendaraan bermotor.**

Religiusitas adalah etertarikan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran agamanya itulah yang membentuk religiusitasnya, yang ditunjukkan dengan perilaku hidup yang ditentukan oleh keyakinannya. Orang yang beriman tidak hanya memahami seluruh aturan dan larangan agamanya, namun juga mentaati dan menjunjung tinggi semua itu sambil meninggalkan segala larangannya. Penghayatan terhadap prinsip-prinsip ajaran agama yang diinternalisasikan dalam diri seseorang dan diwujudkan melalui perilakunya dalam kehidupan sehari-hari [7] Faktor religiusitas mempengaruhi ketertarikan nasabah terhadap asuransi kendaraan bermotor karena agama sering kali memberikan panduan tentang pengelolaan risiko, perlindungan, dan keamanan, yang dapat berkaitan dengan keputusan individu untuk menggunakan asuransi. Religiusitas, yang mencakup nilai-nilai moral, etika, dan pandangan hidup yang berasal dari keyakinan agama, sering kali membentuk cara pandang seseorang terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk keputusan finansial.

Bagi nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi, pemilihan produk asuransi sering kali dipengaruhi oleh pertimbangan apakah produk tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka. Dalam konteks Islam, misalnya, asuransi syariah lebih diminati karena memenuhi prinsip-prinsip syariah, yaitu tidak mengandung unsur riba, gharar (ketidakpastian), dan maysir (judi). Sementara itu, bagi nasabah yang menganut agama lain, konsep asuransi mungkin dilihat sebagai bentuk perlindungan atau kewajiban moral dalam menjaga aset yang diberikan sebagai anugerah, seperti kendaraan. Oleh karena itu, faktor religiusitas dapat meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk asuransi yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan mereka. Hal ini terutama terlihat pada produk-produk asuransi berbasis syariah yang semakin diminati oleh nasabah yang religius. Religiusitas juga bisa berperan dalam meningkatkan kepercayaan nasabah pada perusahaan asuransi yang menawarkan produk sesuai prinsip-prinsip agama yang dianut

### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, terdapat tiga faktor utama yang memengaruhi ketertarikan nasabah dalam membeli produk asuransi kendaraan bermotor:

1. Kualitas Produk: Penawaran ini secara signifikan meningkatkan minat pelanggan dalam memilih asuransi kendaraan bermotor. Minat pelanggan meningkat seiring dengan kualitas barang yang diberikan. Produk dengan review bagus yang memenuhi permintaan dan harapan konsumen dapat meningkatkan minat membeli asuransi..
2. Harga: Harga juga memengaruhi keputusan nasabah. Harga premi yang terjangkau dan fleksibel meningkatkan daya tarik asuransi kendaraan bagi konsumen, khususnya mereka dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Fleksibilitas pembayaran (bulanan, triwulan, semesteran, atau tahunan) juga berperan dalam meningkatkan minat.

3. Religiusitas: Faktor religiusitas menunjukkan pengaruh signifikan, terutama bagi nasabah yang mempertimbangkan prinsip-prinsip agama dalam keputusan finansial mereka. Nasabah yang religius cenderung memilih produk asuransi yang sesuai dengan ajaran agama mereka, seperti asuransi berbasis syariah yang mematuhi prinsip-prinsip syariah dan bebas dari unsur riba, gharar, dan maysir.

Secara keseluruhan, kualitas produk, harga yang kompetitif, dan relevansi dengan nilai religius nasabah adalah faktor kunci yang dapat meningkatkan minat mereka terhadap asuransi kendaraan bermotor.

## 5. REFERENSI

- [1] Tarmizi, Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Asuransi Kendaraan, 2021.
- [2] A. Darmawan, “Analisis Hukum Asuransi Syariah Dengan Hukum Asuransi Konvensional,” *Iqtishaduna J. Ilm. Mhs. Huk. Ekon. Syari’ah*, pp. 605–616, 2024, doi: 10.24252/iqtishaduna.vi.50835.
- [3] N. Indrawati, “Penerapan Asas keadilan Dalam Polis Asuransi kendaraan Bermotor dan Perlindungan Konsumen PT. Asuransi Wahana Tata,” *J. Ilmu Huk.*, pp. 1–19, 2014.
- [4] Y. Setiani, “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Tertanggung Asuransi Kendaraan (Pada Pt. Asuransi Jasa Indonesia Kantor Cabang Bandung),” *J. Bisnis, Manaj. Ekon.*, vol. 20, no. 1, pp. 562–585, 2023, doi: 10.33197/jbme.vol20.iss1.2022.1053.
- [5] N. Redaksi, “Kecelakaan Lalu Lintas di Indonesia Didominasi Oleh Kendaraan Roda dua,” KORLANTAS POLRI.
- [6] M. Kemal, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Asuransi Kendaraan Bermotor dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Aceh),” 2021, *UIN Ar-Raniry*.
- [7] S. Alwi, “Perkembangan Religiusitas Remaja,” *Kaukaba Dipantara*, p. 4, 2014.