

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap orang dalam hidupnya selalu dihadapkan pada peristiwa yang tidak terduga akan terjadi, yang dapat menimbulkan kerugian-kerugian baik bagi perorangan maupun perusahaan, sehingga banyak orang ingin mengelak dari risiko dengan alasan selalu ingin aman dan hidup tentram. Kemanapun mengelak dari risiko, maka disitupun akan menemukan resiko yang lainnya. Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan, karena segala aktivitas pasti mengandung risiko. Risiko merupakan kemungkinan terjadinya suatu kerugian yang tidak diduga atau tidak diinginkan. Jadi merupakan ketidakpastian atau kemungkinan terjadinya sesuatu, yang apabila terjadi mengakibatkan kerugian, apalagi di jaman sekarang ini, ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang sangat pesat.¹

¹ Soeisno Djojosoedarso, *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko dan Asuransi*, Jakarta: Salemba Empat, 2003, hlm. 2. Alvernia Kurniartha " *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih Asuransi Syariah*" tesis Universitas Indonesia Ekonomi dan Keuangan Syariah 2007, hlm 45.

Ilmu Pengetahuan dan Teknologi sangat mempengaruhi Pertumbuhan dan perkembangan perekonomian suatu negara, semakin tinggi perkembangannya maka semakin tinggi pula perkembangan perekonomian dan begitun sebaliknya. Perkembangan ini mencakup beberapa bidang seperti pendidikan, sosial dan budaya, teknologi dan produk perbankan dan jasa. Meskipun perkembangan ini membawa manfaat materi, namun juga menambah korban jiwa dan harta benda misalnya kerusakan yang cukup parah.

Untuk mengurangi keparahan segala akibat dan menutup kemungkinan terjadinya kerusakan, asuransi mempunyai kemampuan untuk beroperasi sedemikian luas sehingga lembaga ini telah menjadi landasan penting dalam kehidupan modern, yang pengaruhnya dapat ditemukan di hampir semua bidang dan jumlah besar yang dapat digunakan untuk membiayai kegiatan pembangunan, selain memberi manfaat bagi masyarakat yang terlibat dalam bisnis asuransi, hal ini juga dapat memberikan keuntungan dan manfaat bagi lembaga – lembaga asuransi.

Tujuan dari asuransi adalah untuk melindungi dari kerugian finansial yang diakibatkan oleh kejadian yang tidak terduga, terlebih lagi asuransi merupakan kebutuhan pokok manusia karena kecelakaan dan akibat finansialnya memerlukan ganti rugi. Asuransi adalah organisasi

yang menanggung masalah universal seperti kematian mendadak, cedera, penyakit, kebakaran, banjir, badai, dan kecelakaan terkait transportasi serta kerugian finansial yang diakibatkannya, kenyataan ini mengasumsikan bahwa asuransi diperlukan sebagai kebutuhan dasar manusia dalam berbagai aktivitas dan situasi manusia.

Asuransi atau pertanggungan menurut Warkum Sumitro yang dikutip dari pasal 1 UU Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang dihadapi atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diantara tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti atau untuk memberikan sesuatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan dan pada dasarnya perusahaan asuransi memperhatikan masa depan keluarga, pendidikan dan juga jaminan hari tua. mereka bertindak dalam bidang layanan yang ditawarkan kepada publik untuk mengatasi risiko di masa depan. dapat menderita pembayaran karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau kematian atau kelangsungan hidup tertanggung².

² Pasaribu, Chairuman, Hukum Perjanjian dalam Islam, Jakarta: Sinar Grafika, 2010. hlm. 96

Seiring dengan perkembangannya, perusahaan asuransi sampai saat ini eksistensinya masih menjadi usaha yang menjanjikan dan menguntungkan, hal ini semakin tinggi perkembangan teknologi maka semakin tinggi resiko yang akan terjadi, maka peluang ini di manfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mendirikan lembaga- lembaga yang akan memberikan jaminan perlindungan apabila masyarakat dihadapan pada situasi dan kondisi yang tidak diharapkan pada saat melakukan suatu aktivitas, untuk itu lembaga – lembaga asuransi bermunculan bahkan seluruh perbankan memiliki produk – produk asuransi untuk memberikan perlindungan ke nasabahnya, baik asuransi konvensional maupun bentuk asuransi syariah.

Asuransi konvensional merupakan suatu metode untuk mengurangi risiko dengan jalan memindahkan dan mengombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan (finansial), secara hukum Asuransi konvensional merupakan suatu kontrak pertanggung jawaban risiko antara tertanggung dan penanggung. Penanggung berjanji membayar kegiatan yang disebabkan oleh tanggungan kepada tertanggung. Sementara itu, Pada asuransi konvensional, keuntungan sudah dapat ditentukan terlebih dahulu atas dasar perhitungan suku bunga yang telah ditetapkan di muka. Secara umum asuransi islam atau syariah sering diistilahkan dengan takaful yang berprinsip

operasionalnya didasarkan pada syariat Islam dengan mengacu kepada Al- Qur'an dan As-Sunah. Istilah takaful dalam bahasa Arab berasal dari kata dasar kafala-yakfulu-takafala-yatakafalu-takaful yang berarti saling menanggung atau menanggung bersama.³

Hakikat asuransi secara islami adalah saling bertanggung jawab, saling bekerja sama atau bantu membantu dan saling melindungi penderitaan satu sama lain. Oleh karena itu berasuransi diperbolehkan secara syariat, karena prinsip-prinsip dasar syariat mengajak kepada setiap sesuatu yang berakibat keamatan jalinan sesama manusia dan kepada sesuatu yang meringankan bencana mereka sebagaimana firman Allah SWT., dalam Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 2 yang artinya :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam

³ Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 136

berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”⁴ (Syamil Qur’an, 2012 :85)

Asuransi syariah mendasarkan legalitasnya pada UU No.2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian yang sebenarnya kurang mengakomodasi asuransi syariah di Indonesia karena tidak mengatur mengenai keberadaan asuransi berdasarkan prinsip syariah. Namun dalam menjalankan usahanya, perusahaan asuransi dan reasuransi syariah masih menggunakan pedoman yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yaitu Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah. Fatwa tersebut dikeluarkan karena regulasi yang ada tidak dapat dijadikan pedoman untuk menjalankan asuransi⁵

Pada dasarnya pasar yang diraih oleh perbankan syariah ini disebabkan oleh produk - produk yang secara resiko sangat minimal, seperti yang terjadi pada tahun 1998, semua perbankan di Indonesia mengalami krisis akan tetapi tidak terjadi pada Bank Muamalat

⁴ Syamil Qur’an, 2012 :85

⁵ Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm. 142

Indonesia. Adapun produk produk perbankan syariah tidak jauh berbeda dengan di Bank konvensional seperti giro (wadiah), Tabungan (*Wadiah/Mudharabah*), Jual Beli (*Murabahah*), gadai (*Rahn*).⁶

Berkembangnya lembaga-lembaga keuangan syari'ah di Indonesia apabila dilihat, ternyata lembaga-lembaga keuangan ini banyak yang merambah kepada kegiatan perekonomian masyarakat tingkat menengah kebawah. Kebanyakan lembaga keuangan syari'ah yang berdiri, ternyata lebih bermain pada tingkat pertumbuhan ekonomi masyarakat tingkat menengah ke atas. Perbankan syari'ah yang diharapkan mampu merambah sektor ini, ternyata belum mau mengambil resiko besar untuk merambah sektor ini.

Apabila diperhatikan lebih cermat lagi, ternyata meski secara individual masyarakat ekonomi menengah kebawah bukan apa-apa dalam mendongkrak perekonomian. Namun apabila dilihat secara menyeluruh di Indonesia masyarakat ekonomi menengah kebawah adalah mayoritas pelaku ekonomi Negara. Namun sayangnya hal ini tidak begitu terlihat, mengingat sampai sekarang pun ruang lingkup kegiatan ekonomi ini belum berkembang, masih berjalan ditempat dan berputar dalam roda perekonomian yang sama. Sebuah ironi yang terlihat

⁶ Hakim, Cecep Maskanul, Belajar Mudah Ekonomi Islam Catatan Kritis Terhadap Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia, Tangerang: Shuhuf Media Insani, 2011, hlm :11

namun tak ada tanggapan yang dalam mengenaunya, semestinya apabila kegiatan ekonomi menengah kebawah ini ditangani sedemikian rupa hingga berkembang pesat, maka perekonomian Negara akan maju.

Asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak tertentu melalui investasi dalam bentuk aset maupun Tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah⁷. Serta merupakan suatu ara untuk memelihara manusia dalam menghadapi risiko yang beragam terjadi dalam hidupnya⁸.

Usaha dan upaya manusia untuk menghindari risikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat terdapat pada institusi yang bernama asuransi. Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi. Penilaian ini terutama jika dilihat dari sudut pandang tingkat penetrasi industri untuk pasar nasional nasabah individual. Hal ini menyebabkan perkembangan industri asuransi di Indonesia, khususnya asuransi syariah

⁷ Misbahuddin, Iqbal Hasan. . *Analisis Data Dengan Statistik*. Jakarta. Bumi Aksara : 2013 : 2

⁸ Widyaningsih, *Bank dan Asuransi islam di Indonesia*, Kencana Predana Media, Jakarta 2015 : 22 .

belum begitu signifikan. Padahal kita tahu bahwa potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar, mengingat mayoritas (80%) penduduk Indonesia beragama Islam.

Akan tetapi secara realitas, Asuransi Syariah belum dapat berkompetitif dengan Asuransi Konvensional, hal ini dikarenakan masyarakat terlebih dahulu mengenal Asuransi bukan karena bentuknya, tetapi Asuransi secara umum, bahkan lembaga – lembaga perbankan juga membuka produk asuransi berbentuk Syariah, hal ini merupakan pekerjaan rumah bagi para lembaga Asuransi Syariah untuk menggunakan strategi – strategi pemasaran yang dapat bersaing dengan asuransi syariah yang ada di perbankan.

Lain halnya dengan Perusahaan PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi yang didirikan pada tanggal 15 Agustus 2014 dengan Akta Notaris No. 22 dan telah disetujui dengan akta perubahan terakhir No. 102 pada tanggal 26 Juni 2015. PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi merupakan perusahaan asuransi syariah yang didirikan oleh KOSPIN JASA. Tujuan didirikannya PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi adalah untuk mengajak dan melayani masyarakat dalam pengelolaan keuangan melalui kegiatan ekonomi syariah. Visi PT Asuransi Jiwa Syariah adalah menjadi asuransi syariah yang dibanggakan masyarakat Indonesia. Produk

PT

Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu JMA Individual dan JMA Group. (Profil JMA, 2022). adapun berdasarkan produknya, PT. JMA memiliki Produksi Asuransi dengan jumlah nasabah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Mitra Abadi Tbk

No	Produk Asuransi	Jumlah Nasabah
1	Asuransi Dana Pendidikan (JMA ILMA)	150
2	Asuransi Dana Hari Tua (JAM Mumtazah)	1.100
3	Asuransi Dana Investasi (JMA Aghniyah)	30
4	Asuransi Mikro Syariah (JMA SALAMA)	1.250
5	Asuransi Non Saving (JMA AMAR)	300
	Jumlah Nasabah	2.830

Sumber : PT. JMA,2022

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan jumlah nasabah PT. JMA yang paling banyak pada Produk Asuransi Mikro Syariah (JMA SALAMA) sebanyak 1.250 Nasabah, Produksi Asuransi yang paling sedikit pada Produk Asuransi Dana Investasi (JMA Aghniyah) Sebanyak 30 orang.

Dari hasil wawancara peneliti dengan Nasabah PT. JMA, jumlah Nasabah dari produk asuransi diatas mengalami penurunan hal ini dikarenakan sebagian nasabah berpindah ke perusahaan asuransi lain yang dikelola oleh lembaga Perbankan, untuk mengantisipasi kompetitif tersebut Pihak JMA terus melakukan strategi – strategi pemasaran yang setidaknya berjalan efektif dan efisien, diantaranya dengan meningkatkan pelayanan serta promosi.

Secara umum Pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam pemasaran. Pada prinsipnya pelayanan atau jasa lebih difokuskan pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. Ketertarikan nasabah pada suatu produk seringkali dikarenakan bagaimana pemasar memberikan pelayanan dan penawaran kepada nasabah. Pelayanan yang sudah dilakukan di PT. JMA adalah dengan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat, memberikan jasa yang dibutuhkan nasabah, orang mempunyai pengetahuan yang luas tentang produk yang dimiliki dan orang bersikap ramah terhadap para nasabah maupun calon nasabahnya. (wawancara dengan Nasabah PT. JMA).

Semakin baik pelayanan yang diberikan akan memberikan kepuasan dan minat nasabah dalam menggunakan produk jasanya. Faktor penting lain dalam pemasaran adalah dengan adanya strategi promosi. Salah satu tujuan promosi adalah memperkenalkan produk

yang ditawarkan serta untuk menarik minat nasabah. Promosi yang sudah dilakukan PT. JMA diantaranya lebih ditekankan dengan cara promosi penjualan, publisitas, penjualan pribadi. Promosi penjualan yang diterapkan yaitu memberikan souvenir tiap akhir tahun kepada nasabah yang loyal dan pemberian bonus kepada nasabah yang pembiayaannya lancar. Publisitas yang diterapkan yaitu dengan melakukan kegiatan amal berupa santunan anak yatim-piatu. Sedangkan penjualan pribadi yang diterapkan kendalanya kurang banyaknya tenaga marketing di lapangan sehingga jangkauan yang dicapai kurang begitu luas. (wawancara dengan Nasabah PT. JMA)

Minat merupakan ketertarikan seseorang terhadap suatu barang atau jasa untuk dimiliki maupun dikonsumsi. Minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh PT. JMA tidak timbul dengan tiba-tiba tetapi dapat dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya faktor kebutuhan, pekerjaan, keadaan, kelompok referensi. Seseorang akan berminat terhadap suatu obyek apabila obyek tersebut dapat memberikan kepuasan serta rasa senang bagi penggunanya. Oleh karena itu kesan pertama yang dilihat nasabah dalam penawaran yang dilakukan pihak PT. JMA sangat berpengaruh terhadap penentuan nasabah dalam memilih obyek khususnya pemilihan produk pembiayaan musyarakah.

Diungkapkan dari penelitian terdahulu oleh Nazarudin dan Vito dalam Jurnal (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat Nasabah menabung pada Bak Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang, dari hasil penelitian diperoleh promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung, semakin banyak promosi yang dilakukan maka semakin tinggi minat nasabah dalam menabungm sedangkan dalam penelitian ini kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah, selain itu penelitian yang di lakukan oleh Alvernia Kurniartha (2007) Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berasuransi dan peluangnya untuk memilih asuransi syariah bahwa peluang responden untuk memilih asuransi syariah adalah sebesar 61,8 %. Dan kelompok masyarakat yang potensial untuk memilih asuransi syariah adalah kelompok masyarakat yang tingkat kebutuhannya akan asuransi tinggi dan sangat peduli terhadap sistem syariah

Disamping itu asuransi juga belum sepenuhnya mampu memaksimalkan potensinya terutama dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Banyak masyarakat yang belum sadar akan banyaknya manfaat dan fungsi asuransi, khususnya asuransi jiwa. Padahal lembaga keuangan syariah memiliki keunggulan, bukan hanya

dari aspek hukum tetapi juga sistem ekonomi alternative yang mendukung percepatan pembangunan ekonomi diindonesia (Sutanto, 2010).

Dengan memperhatikan latar belakang diatas, terdapat perbedaan hasil-hasil penelitian yang menjadi fenomena tersendiri bagi peneliti untuk memilih judul **‘PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH (Studi Kasus PT Asuransi Syariah JMA)’**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Minat nasabah dalam memilih asuransi syariah masih memberikan kepercayaan terhadap asuransi yang ada di lembaga perbankan
2. Semakin tinggi persaingan dalam usaha asuransi dengan asuransi yang ada di Lembaga Perbankan.
3. Jangkauan belum luas sehingga kurang dikenal oleh masyarakat

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, untuk menghindari adanya penyimpangan dan keluar dari pokok pembahasan agar penelitian

jelas dan terarah maka diperlukannya pembatasan masalah, untuk itu peneliti memperjelas ruang lingkup pembahasan yaitu mengenai Pelayanan, Promosi sebagai minat nasabah dalam memilih asuransi syariah.

D. Perumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dirumuskan permasalahan yang diambil dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?
3. Apakah Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih asuransi syariah.

1. Untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?
3. Untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan dan Promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah pada PT. Jasa Mitra Abadi (JMA) ?

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu dan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Teoritis

Hasil Penelitian diharapkan dapat di jadikan rujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terhadap Pelayanan, Promosi dan Syariah, dan sebagai bahan referensi untuk menambah sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis yang dipelajari dibangku perkuliahan.

2. Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai salah satu persyaratan akademis yang harus dilakukan oleh mahasiswa, untuk menyelesaikan studi pada jurusan Asuransi Syariah, melalui penulisan ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan baru bagi penulis dalam bidang asuransi syariah khususnya tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam memilih Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada PT Asuransi JMA Syariah).

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat memberikan dan mengetahui Faktor-Faktor yang Mempengaruhi minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah, Faktor-Faktor yang dimaksud adalah Pelayanan, Promosi dan Syariah.

c. Bagi Peneliti Berikutnya

Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai Referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebagai solusi untuk dapat dikembangkan.

d. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan yang dapat menjadi acuan dari pihak PT Asuransi JMA Syariah untuk mengembangkan minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah, Pelayanan yang sesuai dengan permintaan

nasabah, Promosi yang dilakukan oleh Perusahaan untuk menarik minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah. Karena mengingat kebutuhan asuransi dalam kebutuhan Nasabah semakin Meningkat.

G. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam Sebuah Penelitian seringkali terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan antara satu dan lainnya, meskipun arah, tujuan dan waktunya memiliki perbedaan. Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

No	Nama Penelitian dan Tahun Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Kila Suraini 2021	Metode Penelitian Menggunakan metode kuantitatif	Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Masyarakat/ Nasabah dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah.	Hasil Penelitian Menunjukkan bahwa variable Promosi berpengaruh negatif sedangkan variabel produk dan harga

				berpengaruh positif terhadap minat Masyarakat dalam memilih asuransi syariah.
2	Widia Lestari 2015	Metode Penelitian Menggunakan Metode Kuantitatif	Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Syariah Terhadap Minat Nasabah dalam memilih Asuransi Syariah (Studi Pada PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X1), Promosi (X2) dan syariah (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah (Y) dengan koefisien berganda (R)

				0,166 dan signifikan 0,003 serta F hitung 5,114. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat nasabah dalam memilih PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y) yaitu variabel pelayanan (X1) dengan angka koefisien regresi (B) sebesar 0,474 dan nilai t hitung sebesar
--	--	--	--	---

				2,252. kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tingkat pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap minat nasabah memilih PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang (Y).
--	--	--	--	--

H. Kerangka Pemikiran

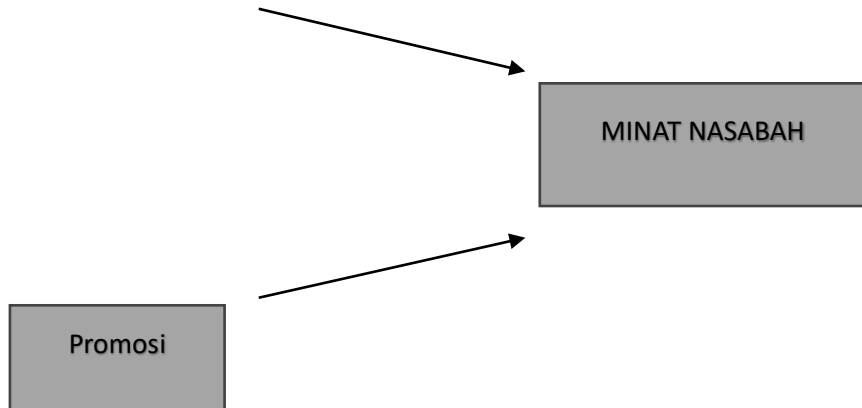
Asuransi merupakan salah satu Lembaga keuangan modern yang melakukan manajemen resiko yang mungkin dihadapi dimasa yang akan datang. Hal ini sangat menarik, mengingat kemungkinan adalah suatu ketidakpastian (uncertainty). Mengantisipasi sesuatu yang masih berupa kemungkinan bisa jadi Sebagian orang sebagai suatu Tindakan yang sia-sia dan tidak bermanfaat sama sekali, tetapi bagi yang lain mungkin sebuah Tindakan yang efektif untuk menghindari kerugian yang mungkin ditimbulkannya.

Karena asuransi berbicara tentang sesuatu yang tidak pasti, Sebagian melihat bahwa praktek asuransi tidak dibenarkan dalam islam karena mengandung unsur-unsur gharar, maysir dan riba didalamnya. Menurut otoritas jasa keuangan (OJK) bahwa indeks literasi asuransi di Indonesia masih relatif rendah hanya mencapai 15,67 % (2017) dan menurun dari 17,84 % (2013). Penetrasi pasar asuransi di Indonesia hanya 6-7 % dari jumlah penduduk 265 juta jiwa dan hanya inklusi pada 1,7 %.

Hal ini menunjukkan bahwa harus adanya inovasi dari Perusahaan untuk dapat menarik minat nasabah dalam memilih asuransi syariah dari segi Pelayanan, Promosi dan Syariah. Dari penjelasan tersebut peneliti membuat kerangka pemikiran seperti gambar berikut ini :



Pelayanan



Sumber : di olah oleh Peneliti

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran

I. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, oleh karena itu perumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2013:93). Dapat disimpulkan hipotesis adalah dugaan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas Mengenai judul **Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi Kasus PT Asuransi Syariah JMA)**, dapat di hipotesiskan sebagai berikut

- H_0 : Tidak ada pengaruh Pelayanan terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA
- H_1 : Ada pengaruh Pelayanan terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA
- H_0 : Tidak ada pengaruh Promosi terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA
- H_2 : Ada pengaruh Promosi terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA
- H_0 : Tidak ada pengaruh Pelayanan terhadap Promosi terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA
- H_3 : Ada pengaruh Pelayanan terhadap Promosi terhadap minat nasabah dalam memiliki Asuransi Syariah pada PT. Asuransi Syariah JMA

J. Metodologi Penelitian

Metodologi Penelitian yang dilakukan berfungsi mengetahui Teknik pengumpulan data dan pedoman dari Analisa data yang dilakukan.

a. Teknik Pengumpulan data.

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode sebagai berikut :

1. Angket/ Kuisoner yaitu suatu cara atau Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan suatu daftar pernyataan tertentu kepada pihak responden sehingga responden dapat membacanya untuk memberikan jawaban yang berguna bagi penulis.
2. Wawancara (Interview), yaitu Teknik pengumpulan data dengan mengadakan suatu pembicaraan langsung dengan pihak Nasabah dengan menggunakan daftar pernyataan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu.
3. Observasi adalah cara dan Teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan oleh penulis sebagai berikut :

1. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, dimana dalam penelitian kuantitatif umumnya peneliti menggunakan alat ukur untuk pengumpulan data. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah berbentuk kuesioner dengan variabel sebanyak 3 (Tiga) variabel
2. Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

mengambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

3. Regresi linier berganda adalah regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variable antara variabel Promosi(X_1), Pelayanan (X_2) dengan variabel Minat Nasabah(Y). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui hubungan positif negatif antara variabel bebas dengan variabel terikat dan juga untuk memprediksi nilai dari variabel tersebut apakah mengalami kenaikan atau penurunamatis. Dari data yang diperoleh melalui program SPSS.

K. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori, teori yang didapatkan akan menjadi landasan pendukung mengenai masalah yang diteliti oleh penulis, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang metode analisis yang digunakan dalam penelitian dan data-data yang digunakan beserta sumber data yang diperoleh.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian dan analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh.