

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan tentang asuransi syariah terus berlanjut, menyebabkan kehidupan masyarakat lebih banyak menyerap pengetahuan yang lebih maju dan masyarakat lebih bergengsi dalam kebiasaan sehari-hari dalam menyesuaikan diri. Dalam penyesuaian diri di kehidupan manusia tidak terlepas dengan resiko kehidupan yang dihadapinya, namun manusia tidak mengetahui datangnya resiko tersebut, seperti yang kita ketahui bahwa hidup penuh ketidakpastian, kadang-kadang hal yang telah kita rencanakan dan inginkan tidak sesuai dengan harapan. Resiko yang bisa menimpa berupa resiko ketidaktentuan ekonomi (*economic uncertainty*), resiko ketidaktentuan yang di sebabkan oleh alam (*uncertainty of nature*), resiko ketidaktentuan yang disebabkan oleh perilaku manusia (*human uncertainty*).¹

¹ Abas, Salim *Asuransi Dan Manajemen Resiko* (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 4

Untuk mengatasi sifat alamiah yang terwujud sebagai suatu keadaan yang tidak pasti tadi, antara lain dilakukan dengan cara menghindari dan melimpahkannya kepada pihak-pihak lain diluar dirinya sendiri. Allah memerintahkan manusia agar mempersiapkan untuk menghadapi takdir, meminimalisir resiko masa depan, akan tetapi terkadang jumlah tabungan lebih kecil dari pada resiko yang harus diterima, maka jalan keluarnya adalah ikut asuransi untuk persiapan dimasa yang akan datang. Sebagi man yang terkadung dalam surat Al-Hasyr : 18

يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ
 إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(QS. Al-Hasy : 18)

Usaha dan upaya manusia untuk meminimalisir risiko dimasa yang akan datang maka dilakukan dengan cara saling menanggung sesama peserta kepada perusahaan asuransi syariah. Asuransi syariah dalam muamalah yaitu untuk saling menanggung risiko diantara sesama manusia sehingga diantara

satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko masing-masing, Tanggung-menanggung risiko dilakukan atas dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana yang ditunjukan untuk menanggung risiko tersebut, fasilitator saling menanggung diantara para peserta asuransi.² Usaha asuransi merupakan mekanisme yang memberikan perlindungan pada tertanggung apabila terjadi risiko dimasa yang akan mendatang. Apabila risiko tersebut benar-benar terjadi, pihak tertanggung akan mendapatkan ganti rugi sebesar nilai yang disepakati antara penanggung dan tertanggung.³ Asuransi syariah merupakan bentuk perlindungan untuk perorangan, perusahaan, yayasan, lembaga untuk menghadapi kemungkinan terjadi bencana, seperti kebakaran, kehilangan, kerusakan dan kemalangan lainnya yang menimpa harta benda atau barang-barang yang dimiliki peserta asuransi syariah.

² Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan & Erasuransian Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2007), 137

³ Setia Mulyawan, *Manajemen Risiko* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), H 151

Landasan didirikan asuransi syariah merupakan salah satu solusi bagi pihak-pihak yang hendak mengatasi musibah atau bencana yang bisa terjadi sewaktu-waktu. Dalam teologi Islam yang *masyhur* bahwa musibah dan bencana menimpa manusia merupakan *qadha dan qadar* Allah SWT. Namun demikian, bukan berarti bahwa keterlibatan dalam asuransi merupakan salah satu upaya untuk menolak *qadha dan qadar* Allah Swt, melainkanh salah satu upaya untuk meminimalisir risiko *financial* yang mungkin akan diderita.⁴ Sekalipun Allah SWT telah menetapkan *qadha dan qadar* manusia, tetapi manusia masih memiliki kesempatan untuk merubah atau mengondisikan *qadha dan qadar* tersebut. Dalam subtansi ajaran Islam itu ditemukan bahwa pernyataan bahwa manusia memiliki kesempatan untuk berusaha dan tuhan berwenang untuk menentukan, itulah sebenarnya yang menjadi tujuan utama seorang masuk asuransi.

Awal lahirnya asuransi syariah modern melalui *first internasional Comferensice on Islamic economi* yang diselenggarakan di mekkah, yang mana direkomendasikan adanya

⁴ Jawari Yadi, *Asuransi Syariah* (Pustaka Bani Quraisy : Bandung, 2015) H.12

kebutuhan terhadap asuransi syariah sebagai alternatif atas asuransi konvensional.⁵ Kemajuan ilmu dan teknologi informasi yang pesat pada abad 21 yang melahirkan era globalisasi dan begitu juga tentang asuransi syariah yang terus berlanjut. Asuransi yang pertama kali didirikan adalah *takaful* di Sudan pada tahun 1979 yang dikelola oleh *dar al-Mal al- Islami group*, *Dar al-Mal* melebarkan sayap bisnisnya ke negara-negara eropa dan asia lainnya. Setidaknya ada empat asuransi *takaful* dan re-*takaful* pada tahun 1983, yang berpusat di Genevana, Bahamas, Luxemboung, dan Inggris.⁶ Di Indonesia sejak berlakukannya Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian perkembangan asuransi syariah semakin pesat, perkembangan Asuransi Syariah Indonesia diawali dengan berdirinya PT.Asuransi Takaful pada tahun 1994.⁷ pertumbuhan perusahaan asuransi syariah cukup fatastis yaitu pada 6 (enam)

⁵ Ai Nur Bayinah, Sepky Mardian, *Akuntansi Asuransi Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 6

⁶[Http://Dowlond.Portalaruda.Org/Articel.Php?Articel=389771&Val=6183&Title=Pertumbuhan%Asuransisyariah%20di%20dunia%20dan%Indonesiadiakses6/07/2018 Pukul 22:30](http://Dowlond.Portalaruda.Org/Articel.Php?Articel=389771&Val=6183&Title=Pertumbuhan%Asuransisyariah%20di%20dunia%20dan%Indonesiadiakses6/07/2018Pukul22:30)

⁷ Novi Puspitasari, *Manajemen Asuransi Syariah* (Yogyakarta : UII Press, 2015), Xiii

tahun terakhir dari 5 (lima) perusahaan asuransi pada tahun 2002 menjadi 37 (tiga puluh tujuh) perusahaan, yang terdiri dari 15 (lima belas) perusahaan asuransi jiwa, 19 (sembilan belas) perusahaan kerugian dan 3 (tiga) perusahaan reasuransi.⁸ Perkembangan sistem keuangan syariah di Indonesia, dimana mengalami peningkatan yang cukup lumayan, Menurut data OJK, per Desember 2017 aset asuransi syariah secara nasional mencapai Rp40,52 triliun, Jumlah tersebut tumbuh 18% dibanding periode yang sama 2016 sebesar Rp33,224 triliun.⁹ Perkembangan asuransi syariah di Indonesia telah mengalami pesat khususnya karena di Indonesia didominasi oleh kaum muslim maka pemahaman asuransi syariah pun semakin tinggi, apalagi asuransi ini didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam.

Perkembangan asuransi syariah tidak hanya terlihat dari sejarah diatas saja, namun juga dari sisi pelayanan, keberhasilan dalam asuransi syariah hingga sekarang ini, karena dukungan kualitas dan pelayanan yang di berikan perusahaan tersebut

⁸ Novi Puspitasari, *Manajemen Asuransi Syariah (Yogyakarta : UII Press, 2015)*, Xi

⁹[Http://Finansial.Bisnis.Com/Read/20180220/215/740241/Kontribusi](http://Finansial.Bisnis.Com/Read/20180220/215/740241/Kontribusi)
Dikases 7/07/2018 Pukul 00:36

sangat penting untuk pengambilan keputusan calon peserta untuk menggunakan asuransi syariah demi kelangsungan dan tetap eksis lembaga asuransi syariah tersebut. Diminati atau tidaknya suatu lembaga dapat diketahui dengan faktor faktor yang sifatnya psikologi yang menyangkut aspek-aspek prilaku, sikap dan selera, bukan faktor psikologi saja, ada banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah. Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa layanan asuransi adalah konsumen, pendapatan, produk, atau jenis tabungan, lokasi, pelayanan, kesadaran masyarakat dan promosi.¹⁰ Termasuk juga didalamnya ada faktor pengetahuan dan pengamalan keberagama yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan ekonomi. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan kombinasi variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan yang digunakan untuk mempengaruhi minat pembeli pada sasaran, sebagai bauran pemasaran adalah yang dikendalikan produk (*product*), harga (*price*), promosi

¹⁰ Moch Darsyah Sinungan, *Manajemen Dana Asuransi* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 88

(*promotion*), lokasi (*place*) yang dipandukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam perusahaan.¹¹

Timbulnya minat peserta menggunakan produk (*product*) asuransi syariah karena suatu kebutuhan dan keinginan untuk menggunakan manfaat dari produk tersebut. Sebagai pertimbangan memilih produk asuransi syariah, di AJS Bumiputera banyak beraneka ragam produk, dan manfaat sesuai kebutuhan yang diperlukannya, diantaranya produk Assalam family, produk mitra iqra, produk mitra mabrur plus dan mitra BP link, Calon peserta asuransi tidak hanya melihat wujud fisik produknya saja namun calon peserta melihat harga, pelayanan, prastise perusahaan dan penyalurannya, *brand*, kemasan, mutu. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan atau dikosumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasai dan gagasan atau buah pikiran.¹²

¹¹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 24

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), 200

Penentuan harga merupakan aspek penting untuk mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah. harga produk yang ada di AJS Bumiputera cukup bervariasi sesuai kemampuan peserta dan manfaatnya yang didapatkannya, hal tersebut peserta akan mempertimbangkan perbedaan harga produk dan manfaat yang akan didapatkan dari perusahaan AJSB Bumiputera 1912 cabang Serang dengan perusahaan yang lain. harga produk yang ada AJS Bumiputera cukup bervariasi sesuai kemampuan dan manfaatnya calon peserta asuransi

Faktor yang mendorong seseorang menjadi minat berasuransi karna adanya promosi. Promosi merupakan salah satu upaya atau cara perusahaan AJS Bumiputera untuk meraih target pemasaran yang belum diraih dengan cara untuk memberitahukan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan melalui agen atau perusahaan dengan cara mulut ke mulut atau dengan cara periklanan. Seperti jenis produk baru, manfaat produk, keuntungan dan kelebihan suatu produk, cara memperoleh produk atau memperoleh informasi lainnya. Dengan

begitu adanya promosi maka bisa menarik perhatian dan bisa mempengaruhi calon peserta untuk segera menggunakan asuransi syariah.¹³ Bukan hanya untuk sekali pemakai produk nya, tetapi juga peserta akan melakukan pemakaian berulang. Tujuan perusahaan dengan adanya promosi untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan persepsi peserta, menarik pembeli pertama, mencapai presentasi yang lebih tinggi untuk menggunakan produk kembali.¹⁴

Lokasi juga merupakan faktor minat lokasi perusahaan menjalankan usahanya, tempat merupakan salah satu kebijakan sangat penting. Perusahaan AJS Bumiputera Cabang Serang merupakan lokasi yang strategis yang terletak ditengah kota dan pusat perbelanjaan hal tersebut sangat memudahkan peserta asuransi syariah untuk berurusan dan interaksi dengan kantor perusahaan, agar dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan keakuratan guna melayani peserta asuransi,

¹³ Kamsir, *Pemasaran Bank* , 157-158

¹⁴ Rina Rachmawati , *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*, Vol.2, No.2, Mei 2011

kantor asuransi syariah mudah diakses dengan begitu calon peserta banyak yang berminat menggunakan asuransi syariah.¹⁵

Ada juga faktor selain yang diatas yang menjadi minat peserta terhadap asuransi syariah di perusahaan AJSB Bumiputera 1912 Cabang Serang. Akad yang digunakan *tabarru* yang tujuannya kebajikan dan tolong-menolong.¹⁶ Premi asuransi tetap menjadi pemilik peserta asuransi bukan milik perusahaan, perusahaan hanya sebagai pengelola saja, sehingga tidak ada perpindahan resiko dari peserta keperusahaan (*transfer of risk*), peserta asuransi secara perorangan mengikat diri dengan peserta lainya untuk saling menanggung resiko kerugian (*sharing of risk*).

Dari penjelasan latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul ” **FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENJADI PESERTA ASURANSI SYARIAH (studi pada peserta asuransi syariah di PT. AJS Bumiputera 1912 cabang serang)**”

¹⁵ Kamsir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana 2008), 146

¹⁶ Novi Puspita, *Manajemen Asuransi Syariah* (Yogyakarta: Uii, 2015), H 2

B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana produk asuransi syariah di AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang berpengaruh terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah
2. Apakah harga produk AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang berpengaruh terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah
3. Bagaimana proses promosi produk di AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang untuk menarik peserta asuransi syariah
4. Apakah jarak lokasi AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang berpengaruh terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah

C. Perumusan Masalah

Dari keseluruhan uraian diatas maka, penulis menagajukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. bagaimana faktor produk, harga, promosi dan lokasi mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang.

2. seberapa besar faktor produk, harga, promosi dan lokasi faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang

D. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas. Maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Menggunakan minat transaksional
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada peserta asuransi syariah di AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang.
3. Penulis membatasi Faktor- faktor yang mempengaruhi minat peserta hanya berfokus pada faktor produk, harga, promosi dan lokasi

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor produk, harga, promosi dan lokasi mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang.

2. Untuk mengetahui seberapa besar faktor produk, harga, promosi dan lokasi faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari peneliti diharapkan dapat kegunaan praktis maupun teoritis bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Lembaga Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai referensi dan proses pembelajaran bagi akademik khususnya yang terkait dengan variabel yang di teliti.

Hasil penelitian ini akan menambah pembendaharaan skripsi perpustakaan Universitas Islam Negri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Sehingga dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa Universitas Islam Negri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Bagi AJSB Bumiputra 1912 Cabang Serang, sebagai evaluasi agar dapat meningkatkan minat peserta asuransi syariah

3. Bagi penulis

Penelitian ini sebagai bahan acuan pembelajaran teori maupun praktek dalam tinjauan data secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berguna bagi penulis untuk dapat memahami secara mendalam terkait dengan variabel yang diteliti.

4. Bagi pembaca

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan khazanah ilmiah bagi pembaca yang erat kaitannya dengan variabel yang penulis teliti.

G. Kerangka Pemikiran

Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian, tempat, organisasi dan gagasan atau buah pikiran. Timbulnya minat peserta menggunakan produk (*product*) asuransi syariah karna suatu kebutuhan dan keinginan untuk menggunakan manfaat dari produk tersebut.

Harga

Harga adalah sejumlah uang yang ditambah beberapa produk apabila kemungkinan yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.¹⁷ Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah jumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Calon peserta akan mempertimbangkan perbedaan harga produk dan manfaat yang akan didapatkan dari perusahaan

Promosi

(menurut Kasmir) Promosi untuk memberitahukan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu asuransi syariah, seperti peluncuran produk baru, manfaat produk atau dimana dapat diperoleh, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.¹⁸ Bauran promosi merupakan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat pada

¹⁷ Tina Martini, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Membeli Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic," Vol. 9, No. 1 (Februari, 2015)

¹⁸ Al Arif Nur Rianto, *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah* (Bekasi : Gramata Publishing, 2015), 137

umumnya dan promosi cara paling mampu untuk menarik dan mempertahankan peserta.

Lokasi

Salah satu cara untuk mengatualisasikan *proactive strategic* yaitu dengan strategi penentuan tempat usah yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan oprasional bisnis sehingga akan menekan biaya oprasional.¹⁹ Lokasi yang strategis memudahkan peserta untuk mencari informasi dan berinteraksi dengana pelayanan langsung yang ada dikantor perusahaan.

Minat

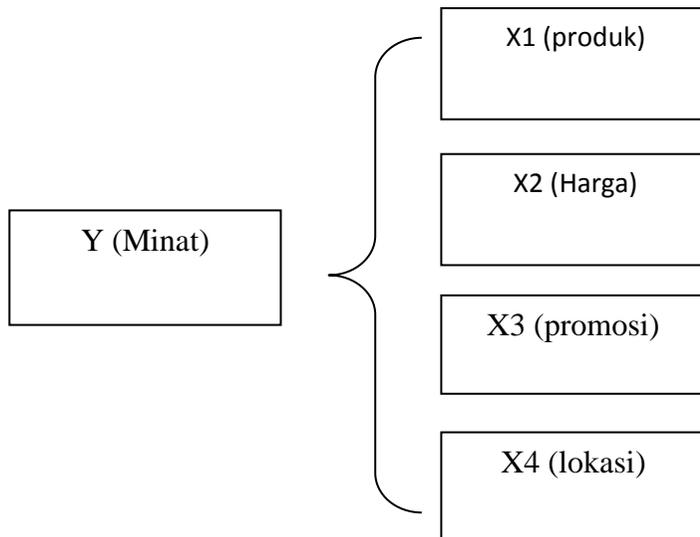
Menurut Meitasari Tjandra minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan dan mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini akan mendapat kepuasan, Bila kepuasan

¹⁹ Rifa'atul Machmudah, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Cimb Niaga Syariaiah Cabang Semarang)(Semaranag: Skripsi Perpustakaan Fakultas Syariah Iain Walisongo, 2005), 26

berkurang, maka minat pun berkurang.²⁰ Motivasi adalah “pendorongan” suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seorang agar tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.²¹

Tabel 1.1

Kerangka pemikiran



²⁰ Meittasari Tjandra, *Psikologi Anak*, (Surabaya: Pt Gelora Aksara Pramat, 1998), 116

²¹ Ngalim M Purwanto, *Psikologi Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya 2007) Cet.Ke Dua Puluh Dua, Revisi Lima .71

H. Sistematika Pembahasan

BAB ke satu pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, sistematika penulisan

BAB ke dua landasan teori landasan teori yang terdiri dari minat, faktor-faktor yang mengaruhi minat peserta, asuransi syariah, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian.

BAB ke tiga meliputi metodologi penelitian terdiri dari tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian dan sumber data, populasi dan sampel, pengumpulan data dan penolaan data, operasional variable penelitian

BAB ke empat meliputi hasil penelitian dan pembahasan gambaran umum tempat penelitian, analisis data, pembahasan hasil penelitian

BAB ke lima menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.