

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Asuransi dalam sejarah Islam sudah lama terjadi atau telah lama ada di muka bumi ini, istilah yang digunakan pun tentunya berbeda-beda, tapi masing-masing hampir memiliki kesamaan yaitu dengan adanya pertanggungungan oleh sekelompok orang untuk menolong orang lain yang berada dalam kesulitan dan kesusahan.

Konsep asuransi Islam atau asuransi syariah berdasarkan konsep *takaful* yang merupakan perpaduan rasa tanggung jawab dan persaudaraan antara peserta, maka dari itu harus ada persetujuan dari para peserta *takaful asuransi syariah* untuk memberikan sebagian keuangan sebagai derma (*tabarru*) karena Allah semata dengan niat membantu sesama peserta yang tertimpa musibah, seperti kematian, bencana dan sebagainya. Bila dilihat dari segi secara umumnya asuransi syariah dapat diartikan bahwasanya asuransi yang berprinsip operasionalnya didasarkan pada syariat dengan mengacu pada Al-Qur'an dan As-sunnah.¹

Pada pra Islam juga disebutkan dalam beberapa literatur hukum Islam bahwa ada kegiatan yang dilakukan oleh suku bangsa Arab yang mirip dengan

¹Yadi Janwari, *Asuransi Syariah, Esensi Asuransi Syariah*,(Bandung: Bani Quraisi, 2005), 13

kegiatan asuransi yang disebut dengan “*aqilah*” *Aqilah* adalah praktik yang bisa dilakukan oleh suku Arab dalam hal ini jika seorang anggota suku melakukan pembunuhan terhadap anggota suku yang lain, maka ahli waris korban pembunuhan itu akan mendapat bayaran sejumlah uang darah (*blood money*) sebagai kompensasi yang diberikan keluarga si pembunuh. Pemikiran dasar dari konsep *aqilah* ini adalah dimana suku arab telah menyiapkan pembayaran uang kontribusi untuk kepentingan si pembunuh sebagai pengganti kerugian untuk ahli waris korban. Kerelaan untuk melakukan membayarkan uang kontribusi seperti itu dapat disamakan dengan pembayaran premi pada praktik asuransi, sementara itu kompensasi pembayaran sejumlah uang sebagai konsep *aqilah* dapat disamakan dengan penggantian kerugian (*indemnity*) pada praktik asuransi saat ini, sebagai bentuk perlindungan dalam bidang keuangan bagi ahli waris dari sebuah kematian yang tidak diharapkan oleh ahli waris.²

Perkembangan asuransi telah memasuki fase yang memberikan muatan yang sangat besar sebagai aspek bisnis dalam mencari untung yang sebesar-besarnya. Nilai-nilai sosial yang merupakan konsep awal sudah mulai ditinggalkan, hal ini terjadi setelah bisnis asuransi memasuki era modern. Keberadaan asuransi konvensional ini apabila ditinjau dari hukum perikatan Islam termasuk akad yang haram sebab operasional asuransi konvensional ini

² Abdul Manan, *Perkembangan Asuransi, Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenada Media, 2012), 242

mengandung unsur *gharar*, *maysir* dan *riba*. Atas dasar ini jawaban kuasa fatwa mengeluarkan keputusan bahwa praktik asuransi jiwa yang berkembang di Malaysia hukumnya haram. Sehubungan dengan hal tersebut, beberapa pakar hukum Islam mengadakan penelitian dan analisis terhadap syariat Islam. Hasil penelitian membuktikan bahwa dalam syariat Islam termuat substansi tentang perasuransian yang dapat menghindarkan prinsip operasional dari unsur *gharar*, *maysir*, dan *riba*. Dari hasil penelitian tersebut maka timbul pemikiran untuk mendirikan lembaga asuransi syariah. Gagasan ini sudah timbul sebelum berdirinya PT.Syarikat Takaful Indonesia (1994) dan semakin bersamaan dengan lahirnya Bank Muamalah Indonesia (1991). Berdasarkan pemikiran ini, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Pada 27 Juli 1993 melalui Yayasan Abdi Bangsa bersama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan perusahaan Tugu Mandiri memprakarsai berdirinya asuransi takaful dengan menyusun tim pembentuk Asuransi Takaful Indonesia yang disingkat menjadi TEPATI.

Perkembangan asuransi syariah dimasa yang akan datang diharapkan terus berkembang, seiring membaiknya perkembangan perekonomian dunia, khususnya di Indonesia. Meskipun perusahaan syariah di Indonesia masih terbilang terlalu sedikit dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang sebagian besar beragama Islam, diharapkan di waktu yang akan datang Produk-produk Asuransi yang bernilai syariah dapat tumbuh dan berkembang secara baik. Diharapkan pula, ada perusahaan asuransi konvensional dalam

operasionalnya tidak hanya menghendaki profit dan bonafitnya saja, tetapi bersedia mengalihkan operasionalnya kepada prinsip-prinsip syariah yang mendasarkan operasionalnya kepada prinsip tolong menolong dan kejujuran yang sempurna Sebagaimana telah tertera dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis mengenai perekonomian dan perasuransian syariah didalam aspek agama Islam.

Perkembangan asuransi syariah yang diharapkan terus berkembang di masa yang akan datang, perlu adanya edukasi pada masyarakat luas khususnya di kalangan mahasiswa. Sehingga, mereka paham dan minat menjadi peserta atau anggota asuransi syariah. Untuk itu, perusahaan asuransi syariah harus memiliki strategi agar masyarakat memiliki pengetahuan tentang asuransi syariah sehingga masyarakat khususnya mahasiswa minat menjadi peserta asuransi syariah.

Dari latar belakang masalah di atas, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul: ***ANALISIS PENGARUH FAKTOR PRODUK TERHADAP MINAT MAHASISWA MENJADI PESERTA ASURANSI SYARIAH.***

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Lemahnya pengetahuan mengenai asuransi terhadap sebagian orang menyebabkan ketidakpedulian mereka terhadap pentingnya berasuransi.

2. Klaim yang diajukan terkadang tidak sesuai dengan akad atau persetujuan diawal perjanjian, mengakibatkan nasabah menjadi kurang kepercayaannya dengan konsep yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Kurangnya promosi produk yang ditawarkan sehingga konsumen kurang tertarik dan berminat karena sistem yang mungkin kurang bisa mereka pahami, untuk menarik konsumen agar berminat menjadi nasabah asuransi itu harus dengan cara pendekatan yang lebih baik.
4. Banyaknya kasus yang bermasalah mengenai dana perusahaan-perusahaan asuransi yang menipu atau palsu, sehingga menimbulkan keraguan pada calon nasabah.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari terlalu luasnya penelitian yang akan dilakukan maka dalam penelitian ini peneliti membatasi variabel-variabel yang menjadi objek penelitian. Untuk variable dependen adalah minat mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah. Sedangkan variable independennya adalah faktor produk asuransi.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh faktor produk terhadap minat mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah?

2. Berapa besar pengaruh faktor produk asuransi terhadap minat mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah?

E. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya setiap penelitian memiliki tujuan untuk dicapai.

Diantaranya tujuan penelitian itu adalah:

1. Untuk menganalisis faktor produk terhadap minat mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah.
2. Untuk menganalisis besaran pengaruh produk asuransi syariah terhadap minat mahasiswa.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang dapat diuji kebenarannya terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat menjadi peserta asuransi syariah.
2. Bagi peneliti, dapat memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menjadi peserta asuransi syariah.

3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai informasi tambahan agar penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang semakin baik.

G. Kerangka Pemikiran

Asuransi adalah jaminan risiko yang memberikan perlindungan pada setiap para peserta asuransi jika ada hal-hal yang merugikan atau tidak diinginkan, asuransi dapat membantu menyelesaikan masalahnya dengan cara menanggung risiko yang dihadapi oleh para nasabah. Untuk bisa menarik perhatian mereka agar bisa tertarik dan semakin yakin bahwa asuransi sangatlah penting atau dibutuhkan oleh setiap orang yang menginginkan masa depan yang terjamin, oleh karena itu harus ada strategi yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan asuransi untuk mempresentasikan produk-produknya dengan sebaik mungkin dan senyaman mungkin. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuannya.

Dalam memasarkan produk asuransi syariah ini perlu adanya strategi, keunggulan dari produk provisa syariah adalah dana yang diinvestasikan pada jenis-jenis investasi yang terpercaya dan halal, pertumbuhan investasi yang optimal karena 25% kontribusi dasar tahun polis pertama dan 100% kontribusi dasar mulai tahun kedua langsung dipresentasikan, kesempatan untuk mendapatkan manfaat loyalitas sebesar 75% dari kontribusi tahunan

yang diberikan secara bertahap pada tahun kontribusi tahun ke-10, 11, dan 12, Pilihan jumlah uang sebesar 5-25 kali kontribusi dasar tahunan, dan kesempatan untuk mendapatkan pembagian *surplus underwriting dana tabarru'* apabila pada akhir tahun berjalan pendapatan Dana *Tabarru'* lebih besar dari pengeluaran dana *Tabarru'*.

Kemampuan pemasaran yang diperlukan untuk penjualan produk Asuransi diperlukan strategi yang matang. Strategi adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan rencana penjualan serta distribusi.

Strategi dan teknik memang berbeda tipis dengan “*tipu daya*”, dan tipu daya dilarang dalam Islam karena tipu daya mengandung penipuan, kecurangan, dan kezaliman. Ketiga hal ini dilarang oleh Allah. Karena itu, dalam strategi maupun teknik pemasaran, haruslah senantiasa terbebas dari tipu daya.³

Allah berfirman dalam surat Al Imran:54


 وَمَكْرُؤًا وَّمَكَرَ اللَّهُ ۖ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينِ

“Orang-orang kafir itu membuat tipu daya, dan Allah membalas tipu daya mereka itu, dan Allah sebaik-baik pembalas tipu daya”.⁴

³Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (live And General)*, (Jakarta: Gema Insani press, 2004), 440

⁴Majlis Ulama Indonesia Prov, Banten, Mushaf. Al Bantani, dan Terjemahan. (Surah. Al-Imron: 54), 57

Firman Allah dalam surat AN-Najm 24-25

أَمْ لِلْإِنْسَانِ مَا تَمَنَّى ﴿٢٤﴾ فَلِلَّهِ الْآخِرَةُ وَالْأُولَىٰ ﴿٢٥﴾

“Atau apakah manusia akan menapat segala yang dicita-citakannya?(Tidak). Maka bagi Allah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia.”⁵

Dari kedua ayat tersebut apabila dihubungkan dengan strategi pemasaran ini, maka kegiatan strategi (rencana) pemasaran merupakan suatu interaksi yang berusaha untuk menciptakan atau mencapai sasaran pemasaran seperti yang diharapkan mencapai keberhasilan dan dimana sudah menjadi sunnatullah bahwa apapun yang sudah direncanakan, berhasil atau tidaknya pada ketentuan Allah SWT.

H. Sistematika Pembahasan

Didalam penulisan Skirpsi ini, penulis membagi ke beberapa poin dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan yang meliputi: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II: Kajian pustaka yang meliputi: Pengertian Asuransi Syariah, Fungsi Asuransi Syariah, Sistem Pelayanan Asuransi Syariah, dan Kajian Empiris Meliputi: Manajemen Asuransi Syariah, Sistem Pelayanan Asuransi Syariah.

BAB III: Metode penelitian yang meliputi: Waktu Dan Tempat Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Data dan jumlah data, Operasional Variable Penelitian.

⁵Al Quran Terjemah, (Surah An-Najm.24-25)

BAB IV: Deskripsi Hasil Penelitian, Gambaran Umum Objek Penelitian yang meliputi: Gambaran Umum Responden, Analisis Data dan Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V: Penutup yang Meliputi: Kesimpulan, Saran-saran.