

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kehidupan manusia di dunia ini pada prinsipnya tidak akan terlepas dari berbagai kebutuhan dan permasalahan, baik itu kebutuhan primer, sekunder atau tersier, yang keseluruhan membutuhkan *problem solving* yang efektif. Salah satu contoh dari kebutuhan dan permasalahan itu adalah masalah kesehatan maupun jiwa yang semuanya mengarah pada satu ancaman yaitu mengurangi atau menghilangkan kemampuan finansial.

Ditinjau dari permasalahan kesehatan maupun jiwa, sebagian orang menyadari betapa perlunya memiliki jaminan finansial dan membeli asuransi untuk mencukupinya. Tetapi ada juga yang tidak menyadari betapa pentingnya asuransi.

Perkembangan dan peningkatan terhadap penggunaan jasa asuransi dari tahun ke tahun telah menjadi perhatian di masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dengan merebaknya persaingan antar perusahaan jasa asuransi. Perusahaan

asuransi merupakan perusahaan nonbank yang mempunyai peranan yang tidak jauh berbeda dari bank yaitu bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat dalam mengatasi resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang. Di Indonesia kini telah banyak lembaga lembaga nonbank khususnya syariah yang ada, akan tetapi meskipun lembaga-lembaga keuangan syariah mulai menyebar di berbagai pelosok tanah air banyak masyarakat yang belum mengenal produk-produk asuransi syariah.¹

Asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Di Indonesia lembaga syariah sekarang berkembang dengan sangat pesat baik di asuransi ataupun perbankan dan usaha lainnya yang berdasarkan prinsip prinsip syariah.²

¹ Gemala Dewi, *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2004)

² Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah Konsep dan Sistem Operasional* (Jakarta: GIP, 2004)

Sedangkan pengertian asuransi syariah atau yang lebih dikenal dengan *atta'min*, *attakafuul*, atau *tadhmun* adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan *tabbaru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai syariah.³

Dimasa yang modern ini masyarakat di hadapkan pada berbagai perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat. Kecanggihan teknologi dan informasi ini berfungsi untuk meringankan kinerja manusia pada umumnya.

Asuransi syariah menurut Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah sebuah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk asset atau *tabbaru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai syariah sistem asuransi dimana para peserta mendonasikan sebagian atau seluruh kontribusi/premi yang mereka bayar untuk

³ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 190

digunakan membayar klaim atas musibah yang dialami oleh sebagian peserta. Peranan perusahaan asuransi pada asuransi syariah terbatas hanya sebagai pemegang amanah dalam mengelola dan menginvestasikan dana dari kontribusi peserta.

Pondok Pesantren Daar El-Qolam mengeluarkan alumni yang mampu menunjukkan kualitas diri dalam bidang pendidikan dan pengajaran yang berpengalaman dalam dunia pendidikan, Banyak alumni yang berprofesi sebagai guru sangat tertarik untuk mengasuransikan diri dan anak-anak, terutama bagi masa depan anak, dimana asuransi pendidikan sangat penting mereka dapatkan agar pendidikan mereka tidak terbengkalai nantinya.

Hal yang juga penting bagi para alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam untuk memahami pengalihan resiko yang akan dihadapi dalam menjalani kehidupan ini. Karena resiko bisa di alihkan oleh pihak ketiga atau ditanggung oleh mereka sendiri. Tidak menutup kemungkinan juga mempunyai resiko kerugian, kerusakan, kehilangan yang mungkin dialami akibat peristiwa yang tidak terduga.

Di balik semua itu, kehidupan mereka mempunyai tingkat risiko yang bisa saja terjadi di setiap waktu akan terus berkembang seiring dengan berkembangnya pemahaman alumni tentang berasuransi. Jika resiko benar terjadi kepada mereka maka kerugian yang timbul bukan hanya berupa kerugian ekonomi, namun juga kerugian berupa fisik maupun mental bagi mereka yang terkena musibah. Maka diperlukan Asuransi untuk para alumni yang mempunyai kegiatan yang padat dalam aktivitas mengajar seperti guru, sebagai salah satu proteksi diri.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat alumni dalam berasuransi syariah. Penelitian ini dilakukan kepada Alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam yang menjadi guru.

Dari penjelasan diatas, melihat pentingnya peranan asuransi bagi alumni, hal ini membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT ALUMNI**

PONDOK PESANTREN DAAR EL- QOLAM DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH

B. Rumusan Masalah

Agar pemmasalahan tidak terlalu meluas, peneliti membatasi masalah yang akan diteliti. Maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor-faktor yang mempengaruhi minat alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam dalam memilih asuransi syariah?
2. Apakah faktor Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan Religiusitas dapat mempengaruhi minat alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam dalam memilih Asuransi Syariah?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis membatasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Minat Alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam Dalam Memilih Asuransi Syariah.
2. Penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Daar El-Qolam
3. Objek peserta Alumni yang berprofesi Sebagai Guru di Daar El-Qolam

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat alumni Pondok Pesantren Daar El-Qolam dalam memilih asuransi syariah.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka manfaat penelitian yang dicapai dalam penelitian sebagai berikut:

1. Dalam bidang akademis, bermanfaat sebagai pengetahuan dan wawasan terhadap asuransi syariah khususnya tentang asuransi syariah, menambah dan memperkaya kajian pustaka, dan sebagai pemenuhan bahan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Bagi penulis, dari hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan lebih tentang asuransi syariah khususnya tentang akad untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan yang lebih khusus tentang asuransi syariah untuk menambah dan meningkatkan pengetahuan yang lebih khusus tentang akad asuransi syariah
3. Bagi pihak yang berkepentingan terhadap penelitian ini, baik mahasiswa, dosen, guru dan lain sebagainya memiliki kegunaan dapat digunakan sebagai rujukan atau contoh penelitian tentang asuransi syariah.

F. Kerangka Pemikiran

Asuransi menurut Prof. Wiryono Prodjodikoro, S.H mendefinisikan asuransi sebagai sebuah persetujuan yang dilakukan, dimana pihak yang menjamin berjanji kepada yang dijamin untuk memberikan sejumlah uang pengganti kerugian

yang mungkin dialami oleh pihak yang dijamin karena suatu peristiwa yang jelas.⁴

Asuransi syariah menurut Muhammad Syakir, Asuransi Syariah merupakan cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari resiko (ancaman) bahaya beragam yang akan terjadi dalam hidupnya atau dalam aktivitasnya ekonominya.⁵

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk berasuransi syariah yang di antaranya adalah:⁶

1. Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat di tawarkan ke pasar untuk dikonsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki

⁴<https://www.google.com/amp/s/m.disitu.com/artikel/amp/keuangan/pengertian-asuransi-menurut-para-ahli>. Diunduh pada 24 September 2019, Pukul 16,22

⁵ <https://www.google.com/amp/s/vrigo.net/pengertian-asuransi-syariah/%3famp>. Diunduh Pada 24 September 2019, Pukul 16.55

⁶ Yayan Fauzi, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah: kasus pada BNI Syariah cabang Yogyakarta*: UIN Sunan Kalijaga, 2010

keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi/kompensasi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba, membeli, dan memilih produk tersebut.

Produk adalah sebuah benda atau sebarang pelayanan yang di tawarkan guna memenuhi kebutuhan sekaligus memberikan kepuasan pada konsumen, baik itu untuk pemenuhan kebutuhan yang mendasar seperti rasa lapar dan haus atau kebutuhan sekunder seperti hiburan, jasa keamanan/asuransi adalah definisi dari produk.

2. Harga

Harga dapat di artikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan layanan yang menyertainya.

Penetapan harga merupakan suatu masalah jika perusahaan akan menetapkan harga untuk pertama

kalinya. Ini terjadi ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh produk baru, ketika akan memperkenalkan produknya ke saluran distribusi baru atau daerah baru, ketika akan melakukan penawaran atau suatu perjanjian kerja baru.

3. Lokasi

Lokasi atau saluran distribusi, diartikan sebagai distribusi. Distribusi adalah bagaimana produk dapat sampai pada pengguna terakhir (end-user) yang dalam hal ini adalah peserta dengan biaya seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan peserta dan apa pengaruhnya pada keseimbangan keuangan perusahaan.

4. Promosi

Promosi sangat penting untuk menginformasikan produk dari produsen kepada konsumen. Promosi di zaman modern ini tidak cukup dari mulut ke mulut, televisi, media cetak, radio dan juga media online, yang realtime mencakup seluruh dunia. Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan

pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Promosi adalah salah satu media bagi produsen untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen untuk membeli/memilih barang atau jasa. Semakin banyak maka semakin efektif promosi sebuah perusahaan, maka akan lebih banyak lagi konsumen yang mengetahui produk dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan keputusan pemilihan konsumen terhadap produk tersebut.

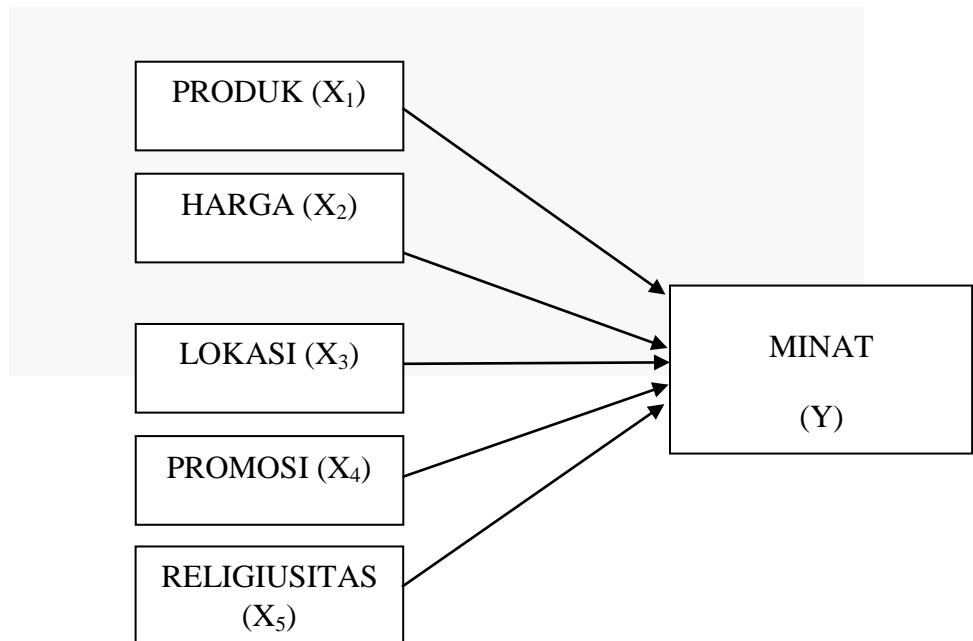
5. Religiusitas

Dalam Asuransi syariah, religiusitas merupakan salah satu tolak ukur calon nasabah dalam berasuransi, religiusitas adalah keadaan, pemahaman dan ketaatan seseorang dalam meyakini suatu agama yang diwujudkan dalam pengalaman nilai, aturan, kewajiban sehingga mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas selalu di identikkan dengan keberagaman,

religiusitas juga dapat diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan agama, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun melaksanakan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut. Karena semakin kokoh agama seseorang, maka semakin berminat ia melakukan transaksi yang berkaitan dengan keyakinannya.

GAMBAR 1.1

KERANGKA PEMIKIRAN



Menurut para ahli:

1. Produk menurut Kotler dan Amstrong adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.⁷
2. Harga menurut Philip Kotler adalah jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dan menurut Basu Swastha harga adalah Jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang atau jasa.⁸
3. Lokasi menurut Sutmaatmaja adalah suatu benda dalam ruang dapat menjelaskan dan dapat memberikan kejelasan

⁷ <http://artikelhukum88blogspot.com/2012/10/pengertian-produk-menurut-para-ahli.html?m=1>. Diunduh 3 November 2019, Pukul 11.02

⁸ <http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html?m1>. Diunduh pada 3 November 2019, Pukul 13.00

pada benda atau gejala geografi yang bersangkutan secara lebih jauh lagi.⁹

4. Promosi menurut Swastha adalah promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.¹⁰
5. Religiusitas menurut Glock dan Stark adalah tingkat konsepsi seseorang terhadap agama dan tingkat komitmen seseorang terhadap agamanya. Tingkat konseptualisasi yaitu tingkat pengetahuan seseorang terhadap agamanya, sedangkan yang dimaksud tingkat komitmen yaitu suatu hal yang perlu dipahami secara menyeluruh, sehingga

⁹ <http://www.definisi-pengertian.com/2015/04/lokasi-strategis-dan-pengertian-lokasi.html?m=1>. Diakses pada 3 November 2019, Pukul 13.25

¹⁰ <https://www.pelajaran.co.id/2017/28/pengertian-promosi-menurut-para-ahli.html>. Diunduh pada 3 November 2019, Pukul 13.50

terdapat berbagai cara bagi individu untuk menjadi religius.¹¹

6. Minat menurut Crow and Crow adalah suatu hal yang memiliki hubungan daya gerak yang mendukung seseorang untuk tertarik pada sebuah benda, pada orang atau kegiatan tertentu. Bisa juga berupa pengalaman yang cukup efektif yang mungkin saja dimulai dari kegiatan itu sendiri. Minat juga bisa dimulai dari kebiasaan yang sering dilakukan.¹²

G. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai isi penelitian ini maka pembahasan dalam skripsi ini dibagi menjadi lima bab. Uraian sistematika pembahasan yang terkandung dalam masing-masing bab disusun sebagai berikut:

¹¹ <https://www.pelajarn.co.id/2019/02/pengertian-religiusitas-ciri-ciri-fungsi-dimensi-dan-faktor-yang-mempengaruhi-religiusitas.html>. Diunduh 3 November 2019, Pukul 14.02

¹² <https://www.google.com/amp/s/dosenpsikologi.com/pengertian-minat-menurut-para-ahli/amp>. Diunduh 3 November 2019, Pukul 14.14

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan penelitian, kerangka penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang landasan teori, hubungan variabel independent terhadap variabel dependent, penelitian dahulu dan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini Memuat tentang ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, penyajian data, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai penutup yang meliputi uraian kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran-saran yang dianjurkan bagi pihak-pihak yang terkait dalam mengambil kebijakan terhadap masalah yang diteliti.