

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya era globalisasi yang diikuti dengan modernitas teknologi di Indonesia telah banyak lembaga keuangan yang beroperasi dengan berprinsipkan Islami atau syariah. Dengan minat masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, lembaga-lembaga keuangan syariah di Indonesia sudah mulai bermunculan dan berkembang lembaga keuangan asuransi yang berbasiskan syariah.

Asuransi syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset 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 itu asuransi ataupun perbankan dan usaha lainnya yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sebagai seorang mahasiswa kita harus bisa mengetahui lebih jauh tentang asuransi syariah, baik perkembangan, pengertian, manfaat, resikonya dan lain-lain.¹

¹ Muhammad Syakir Sula. Asuransi Syari'ah Konsep dan Sistem Operasional (Jakarta : GIP, 2004).

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi di negara lain. 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 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. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memilih asuransi syariah dan variabel bebasnya terdiri dari faktor kebutuhan akan asuransi, faktor kepercayaan terhadap asuransi, faktor syariah, faktor ekonomis dan faktor produk.

Personal selling atau bisa disebut juga dengan penjualan perorangan merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon nasabah untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon nasabah dan membentuk pemahaman calon nasabah terhadap produk yang ditawarkan. *Personal selling* diterapkan bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk yang terdapat pada perusahaan asuransi dan mengedukasi pentingnya berasuransi. Selain itu, penerapan *personal selling* ini adalah untuk sebagai salah satu media komunikasi yang dapat dalam

strategi pemasaran perusahaan yang dilakukan dengan tepat sasaran untuk mencapai suatu target yang dipenuhi.

Dalam istilah lain, *personal selling* merupakan satu bentuk promosi melalui wiraniaga yang melakukan presentasi produk kepada para konsumen sehingga akan dapat menimbulkan komunikasi dua arah antara wiraniaga dengan konsumen, *personal selling* ini berkaitan dengan penggunaan salesman untuk menjual produk suatu perusahaan.²

Dalam perkembangannya asuransi syariah menghadapi kendala, seperti banyaknya pesaing dari sesama perusahaan asuransi syariah dan bank syariah yang menyediakan produk asuransi. Promosi adalah Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat memperkenalkan perusahaan, produk dan jasa asuransi syariah kepada masyarakat umum. Dengan promosi masyarakat dapat mengetahui dan memiliki 106 minat untuk membeli manfaat dari produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka mengenal produk

²<https://www.google.com/search?q=e+book+personal+seling+asuransi+syariahE+BOOK+PERSONAL+SELING+ASURANSI> (di unduh pada tanggal 16 Juli 2019)

atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan kepada masyarakat.³

Selain itu, faktor lain yang mendorong seseorang merminat menjadi nasabah yaitu proteksi yaitu sebagai cover atau pegangan apabila dia tidak bisa menghasilkan lagi penghasilan yang seperti biasanya karena sakit, pensiun, meninggal dunia dan cacat permanen. Faktor yang terakhir yaitu investasi, dalam konsep asuransi sama dengan menabung. Dengan nasabah membayar premi, sebagian dana nasabah akan disisihkan untuk dibelikan unit link. Selain ingin mendapatkan dana ketika sakit nasabah juga ingin mendapatkan keuntungan lain yaitu mendapatkan uang dari setiap premi yang dibayarkan perbulannya. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa jika masyarakat mengetahui tentang asuransi syariah dan faktor penjualan dengan cara *personal selling* maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk mengikuti asuransi syariah.

Dari uraian diatas penulis hendak mengemukakan pendapatnya dengan mengambil topik pembahasan **”PENGARUH TINGKAT PEMAHAMAN MASYARAKAT TENTANG ASURANSI SYARIAH DAN PERSONAL SELLING TERHADAP MINAT**

³ Salamudin, *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Peserta Asuransi Studi di AJB Bumiputera 1912 Divinsi Syariah*, (diunduh tanggal 16 mei 2020)

MASYARAKAT MENJADI PESERTA ASURANSI SYARIAH“

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan penelitian yaitu :

1. Masih kurangnya ilmu pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah untuk kepentingan dalam kehidupan sehari-hari
2. Naik turunya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah dalam meningkatkan minat masyarakat
3. Masih belum baiknya perusahaan asuransi syariah dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menarik minat masyarakat untuk mengikuti asuransi syariah
4. Seberapa besar pengaruh *personal selling* dalam meningkatkan minat masyarakat
5. Kurangnya prinsip-prinsip syariah dalam sistem penerapan asuransi syarah untuk meningkatkan minat masyarakat.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan

memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan akan tercapai. Maka penulismembatasi permasalahannya hanya pada tingkat pemahaman masyarakat mengenai asuransi syariah dan personal selling sampai pada minat masyarakat untuk mengikuti asuransi syariah.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkanuraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka pokok dari masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat Pengaruh Tingkat Pemahaman Tentang Asuransi Syariah dan Personal Selling Terhadap Minat Mahasiswa Berasuransi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ?
2. Seberapa besar Tingkat Pemahaman dan Personal Selling dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Berasuransi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka tujuan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Tingkat Pemahaman Tentang Asuransi Syariah Terhadap Minat Mahasiswa

Berasuransi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

2. Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Personal Selling dalam Meningkatkan Minat Mahasiswa Berasuransi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan penulis dari adanya penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian yang penulis ajukan ini merupakan manfaat yang sangat besar salah satunya yaitu mengembangkan ilmu pengetahuan tentang asuransi syariah di Indonesia. Dengan ini, salah satu pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, dan dapat dijadikan salah satu acuan untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Akademisi

Menambahkan khazanah ilmiah serta memberikan referensi dengan mudah untuk menunjang informasi penulis selanjutnya yang akan membahas tentang analisis tingkat pemahaman asuransi syariah dan personal selling dalam meningkatkan minat masyarakat.

3. Bagi Masyarakat

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah masyarakat khususnya Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten menjadi mengerti tentang pengetahuan asuransi syariah sehingga masyarakat dapat menilai dan merasakan kepuasan dari ke dua variabel tersebut.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka teori digunakan untuk memberikan informasi tentang penelitian yang sedang diteliti. Teori adalah serangkaian konsep yang saling terkait, yaitu merupakan struktur pandangan sistematis untuk tujuan menjelaskan atau memprediksi sebuah fenomena. Sebuah teori muncul dari pengamatan berulang dan pengujian dan menggabungkan fakta, hukum, prediksi, dan hipotesis yang telah diuji yang diterima secara luas.⁴ Berdasarkan hal tersebut penulis berusaha menelaah suatu karya ilmiah, buku-buku atau karya lainnya, baik itu berupa informasi dan koran, internet ataupun realita yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

Variabel pertama adalah Tingkat pemahaman masyarakat mengenai asuransi syariah merupakan proses pengetahuan yang berkaitan dengan

⁴Suryani & Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta:Prenadamedia Group, 2015), h.85

pembelajaran. Mengenai tingkat pemahaman Masyarakat tentang asuransi syariah masih rendah dibuktikan dengan mewawancarai salah satu mahasiswa tentang pengertian asuransi syariah, yang belum mengetahui secara luas apa asuransi syariah tersebut.

Menurut Mushtafa Ahmad Zarqa, makna asuransi secara istilah adalah kejadian. Adapun metodologi dan gambarannya dapat berbeda-beda, namun pada intinya, asuransi adalah cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari resiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya.⁵

Variabel kedua *Personal Selling* merupakan penjualan menggunakan metode tatap muka antara penjual dan pembeli untuk memasarkan produk yang dijual oleh produsen. Teknik penjualan menggunakan *personal selling* merupakan salah satu metode penjualan yang kemampuannya berkomunikasi dari agen asuransi syariah kepada calon nasabah. Selain itu, pemasaran menggunakan metode *personal selling* merupakan mitra penjualan yang sangat penting yang tidak menggunakan metode pemasaran dengan *internet marketing* di era globalisasi saat ini. Asuransi syariah salah satu produk penjualan yang menggunakan metode *personal selling*, karena masih

⁵Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h.26

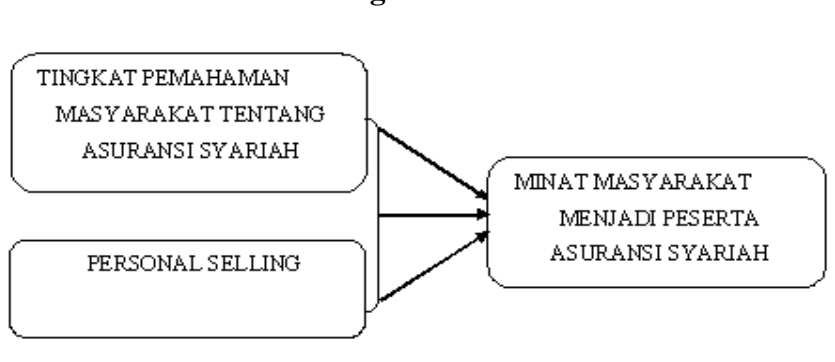
dibutuhkan dalam era pemasaran saat ini, karena masih adanya produk-produk asuransi syariah yang dipasarkan memerlukan penjelasan mengenai asuransi syariah, manfaat asuransi syariah, penjelasan dana yang di setorkan dari nasabah kepada agen serta penjelasan keunggulan lainnya tentang asuransi syariah.⁶

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat atau keinginan adalah wujud dari kebutuhan. Pengaruh psikologis dari konsumen terdapat berbeda-beda terhadap proses kepuasan yang dilakukan oleh konsumen. Karena setiap keputusan yang dilakukan oleh konsumen secara logis.

Berdasarkan teori di atas, maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



⁶ Jurnal Komunikasi, (*Pemodelan Komunikasi Personal Selling Raja Aqiqah Melalui Penjualan jasa Hewan Qurban Online*), Vol. 9, No. 2, Desember 2017 , Hal 176-183 (diunduh pada tanggal 03 Oktober 2019)

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian Kuantitatif

Jenis penelitian kuantitatif merupakan data statistik berbentuk angka-angka, baik secara langsung digali dari penelitian maupun dari hasil pengelolaan data kualitatif menjadi data kuantitatif.

2. Sumber data

Dalam penelitian ini sumber data meliputi :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama. Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden dari kuisioner dan hasil dari wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya. Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari sumber lain. Diantaranya yaitu dari jurnal, artikel, skripsi terdahulu dan sebagainya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini sebagai berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan caramemberikan

seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selain itu juga, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar luas di kalangan masyarakat khususnya pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dipilih secara langsung oleh peneliti, data ini biasa diperoleh dari kuesioner, wawancara dan lain sebagainya. Angket ataupun kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan cara memberikan pernyataan dan pertanyaan kepada responden yang digunakan untuk mengumpulkan informasi peneliti yang dikehendaki.

b. Data Kepustakaan

Dalam studi pustaka penelitian dilaksanakan dengan cara mempelajari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu serta artikel-artikel yang berkaitan dengan penelitian ini, serta memperluas internet untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan tingkat pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah dan *personal selling* dalam meningkatkan minat masyarakat.

I. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun penulisan ini, penulisan dibagi menjadi lima bab memuat ide-ide pokok kemudian dibagi lagi menjadi sub bab, sehingga secara keseluruhan dapat menjadi satu kesatuan saling menjelaskan sebagai satu pemikiran, secara garis besar muatan yang terkandung dalam masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini akan mengulas dan menjelaskan mengenai kajian teori yang memuat landasan teori yang akan dibahas dalam penelitian, hubungan antara variabel, hipotesis dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang metodologi penelitian yang didasarkan dan dikembangkan berdasarkan pokok masalah utama. Pada bab

ini menguraikan tentang waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis metodologi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan oprasional variabel yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PENELITIAN

Bab ini menguraikan dan menjelaskan tentang hasil analisis dan pengelolaan data yang telah dilakukan meliputi gambaran umum objek penelitian, analisis data yang meliputi hasil penelitian dengan menggunakan SPSS.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian serta saran-saran untuk peneliti selanjutnya.