

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat

1. Pengertian Minat

Minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.¹

Menurut Meitasari Tjandra minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini akan mendapat kepuasan. Bila kepuasan berkurang, maka minat pun berkurang.²

Motif menunjukkan suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan orang tersebut mau bertindak melakukan sesuatu. Motivasi adalah ‘‘pendorongan’’ suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seorang agar

¹Syah Muhibbin, *Psikologi Pendidikan Dengan Pendekatan Baru*, (Bandung, 2007:Remaja Rosda Karya), Cet Ke Tigabelas, 136

²Meittasari Tjandra, *Psikologi Anak*, (Surabaya: Pt Gelora Aksara Pramat, 1998), 116

tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.

Menurut H.C. Witherington yang dikutip Suharsini Arikunto minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, suatu masalah atau situasi yang mengandung kaitan dengan dirinya. “Batasan ini lebih memperjelas pengertian minat tersebut dalam kaitanya dengan perhatian seseorang. Perhatian adalah pemilihan suatu perangsang dari sekian banyak perangsang yang dapat menimpa mekanisme penerimaan seseorang. Masalah atau situasi tertentu adalah perangsang yang datang pada mekanisme penerimaan seseorang, karna pada suatu waktu tertentu hanya satu perangsang yang dapat disadari. Maka dari sekian banyak perangsang tersebut harus dipilih salah satu. Perangsang ini dipilih karena disadari bahwa iya mempunyai sangkut paut dengan seseorang itu. Kesadaran yang menyebabkan timbulnya perhatian itulah yang disebut minat. Berdasarkan pengertian di muka maka unsur minat adalah perhatian, rasa senang, harapan dan pengalaman.

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya peserta secara garis besar dikelompokkan menjadi yaitu: (1) dari dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian), (2) berasal dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat. Menurut Crow and Crow dikutip dari Abdul Rahman Shaleh dan Abdul Wahab ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam individu, misal dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja mencari penghasilan, minat terhadap produksi makan dan lain-lain.
- b. Motif sosial, sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan interaksi dengan manusia lain dan lingkungan sosial sekitarnya, manusia berusaha melakukan sesuatu untuk memenuhi segala kebutuhannya.
- c. Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi yang menyertai seorang dalam berhubungan dengan objek minatnya. Kesuksesan pada suatu aktivitas

karna kegiatan itu menimbulkan perasaan senang dan kepuasan tersendiri.³

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

1. Promosi

a. Pengertian

Menurut Nur Rianto Al Arif, promosi merupakan” kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, tempat, dan inilah yang paling sering didentikan sebagai aktivitas dalam arti sempit.⁴ promosi bertujuan untuk memperkenalkan tentang nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana yang diperlukan, beberapa harga dan dimana bias diperoleh.⁵ Cara untuk memberitahukan kepada peserta adalah melalui saran promosi, artinya, keputusan terakhir perusahaan harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke peserta.

Bauran promosi merupakan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat pada umumnya

³Shaleh Abdul Rahman, Wahab Muhib Abdul, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta : Prenada Media, 2004), 263-264.

⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 169.

⁵Mulyadi Nitisusanstro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), Cct Kedua, 157.

dan promosi cara paling mampu untuk menarik dan mempertahankan peserta.

b. Sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut :

1). Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan informasi yang diberikan menyangkut manfaat produk, harga produk serta keuntungan produk promosi yang dilakukan dalam bentuk tayang atau gambar atau kata-kata yang tentang dalam sependuk, brosur, *billboard*, Koran, majalah, televise atau radio.

2). Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan atau *sales promotion*. Bertujuan untuk meningkatkan penjualana atau untuk jumlah peserta promosi penjualan dilakukan untuk menarik peserta untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Agar peserta tertarik membeli, maka perlu pembuatan promosi penjualan yang menarik mungkin. Perusahaan bias melakukan promosi

penjualan dengan cara memberikan bungkus khusus, memberikan cendramata, hadiah.

3). Publisitas (*publicity*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan citra perusahaan didepan para calon peserta asuransi melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan bkti soial, atau olahraga.

4). Penjualan Pribadi (*personal selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut mengaruhi nasabah.

c. Tujuan utama dari kegiatan promosi sebagai bagian dari komunakasi pemasaran adalah sebagai berikut:

- 1) Memberitahukan
- 2) Sebuah perusahaan yang benar-benar memiliki produk baru harus memberitahukan kepada konsumen tentang produk barunya kepada konsumen agar konsumen mengetahui tentang produk tersebut beserta manfaat keuntungan yang didapatkannya.

3) Membujuk

Perusahaan tidak hanya memberitahukan saja namun membujuk konsumen untuk membeli produknya.

4) Meningkatkan

Meningkatkan kembali pada peserta tentang keberadaan atau keunggulan asuransi syariah yang ditawarkan. Karna banyak saingan yang masuk sehingga perlu diingatkan kembali agar peserta tidak beralih keperusahaan yang lain.

2. Lokasi (*place*)

a) Pengertian

Lokasi (*place*) adalah tempat dimana diperjual belikan produk atau jasa cabang perusahaan atau pusat perusahaan pengadilan perusahaan.⁶ menurut fajar laksana (2008: 123) saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terikat dalam semua kegiatan yang digunakan untuk mmenyalurkan produk dan status pemiliknnya dari produsen ke konsumen.

Salah satu cara untuk mengatualisasikan *proactive strategic* yaitu dengan strategi keberhasilan dalam penentuan

⁶Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta: Kencana,2008), 145.

suatu usaha yang tepat, sebab keberhasilan dalam penentuan suatu usaha yang tepat akan meningkatkan oprasional bisnis sehingga akan menekan biaya oprasional.

Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor.

1. Akses, lokasi yang mudah di lalui atau mudah dijangkau sarana tranportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Tempat parkir yang luas dan aman.
4. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.⁷

b) Tujuan menentu lokasi dan layout perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Agar perusahaan dapat menentukan lokasi yang tepat agar memudahkan peserta berhubungn stu melakukan transaksi dengan peserta.

⁷[http://respository.uinbanten.ac.id/view/divisions/asur=5Fsya/2019.ht ml](http://respository.uinbanten.ac.id/view/divisions/asur=5Fsya/2019.html)

2. Agar perusahaan dapat menentukan dan membeli atau menggunakan teknologi yang paling tepat dalam memberikan kecepatan dan kekurangan guna melayani peserta.
 3. Agar perusahaan dapat menentukan layout yang sesuai dengan standar keamanan, keindahan dan kenyamanan bagi peserta.
 4. Agar perusahaan bias menentukan metode antrian yang paling optimal, terutama pada hari atau jam-jam sibuk didepan kasir
 5. Agar perusahaan dapat menentukan kualitas tenaga yang dibutuhkan sekarang dan masa yang akan datang.
- c) Pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:
1. Jenis usaha yang dijalankan
 2. Dekat dengan pasar
 3. Dekat dengan bahan baku
 4. Dekat tenaga kerja
 5. Tersedia sarana dan prasarana (transportasi, listrik dan air)
 6. Dekat pemerintahan
 7. Dekat lembaga keuangan
 8. Kemudahan untuk ekspansi

9. Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat

3. Konsep Masyarakat

1. Makna Masyarakat

Pengertian Masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup secara bersama-sama di suatu wilayah dan membentuk sebuah sistem, baik semi terbuka maupun semi tertutup, dimana interaksi yang terjadi didalamnya adalah antara individu-individu yang ada di kelompok tersebut.

Secara etimologis kata “masyarakat” berasal dari bahasa Arab, yaitu “*musyarak*” yang artinya hubungan (interaksi). Sehingga definisi masyarakat adalah suatu kelompok manusia yang hidup bersama-sama di suatu tempat dan saling berinteraksi dalam komunitas yang teratur.

Suatu masyarakat terbentuk karena setiap manusia menggunakan perasaan, pikiran, dan hasratnya untuk bereaksi terhadap lingkungannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa manusia adalah makhluk sosial yang secara kodrati saling membutuhkan satu sama lainnya.⁸

⁸“Masyarakat Menurut Bahasa” <https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-masyarakat>, artikel diakses pada 8 januari 2020 pukul 10:30 WIB.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sendiri mendefinisikan masyarakat sebagai jumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.⁹

Masyarakat Indonesia memandang ekonomi Islam dengan cara yang cukup unik. Lembaga keuangan yang berbau syariah dianggap sebagai hal yang ideal sehingga sering menimbulkan pandangan di masyarakat bahwa syariah berarti lebih murah, lebih fleksibel, lebih primitif dan lebih hebat dari konvensional.

Masyarakat Indonesia terbagi menjadi beberapa kelompok sosial yang diikat oleh unsur-unsur religi. Sedikitnya terdapat 5 kelompok religi yang jumlah anggotanya cukup besar, yaitu Islam, Katolik, Protestan, Buddha, dan Hindu. Yang paling besar adalah kelompok muslim, mencapai 90 % dari jumlah penduduk Indonesia.

Tuntunan masyarakat yang terlalu berlebihan terhadap industri keuangan syariah yang baru lahir agar bersaing dengan

⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), h.345

industri keuangan konvensional yang sudah dewasa sangatlah tidak tepat. Hal ini menimbulkan pandangan di masyarakat bahwa syariah itu rumit, tidak menguntungkan dan tidak fleksibel.

Masih sedikit masyarakat Indonesia yang sudah ikut berasuransi berkaitan dengan besarnya risiko yang harus ditanggung oleh manusia. Apabila perbandingan dengan potensi yang ada, jumlah masyarakat yang ikut asuransi masih sangat jauh. Karena masih adanya pemikiran dalam masyarakat bahwa berasuransi adalah ibarat “uang hilang”, yang jika tidak ada klaim, uang yang diinvestasikan akan hilang. Masih belum menyadari betapa besarnya risiko yang mungkin terjadi pada saat sekarang, terutama dengan tingkat kriminalitas yang semakin tinggi, serta kenaikan harga yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.¹⁰

2. Masyarakat pedesaan

Masyarakat pedesaan dalam ilmu bahasa Indonesia disebut dengan kata majemuk yang artinya bahwa masyarakat

¹⁰M Nur Rianto Al Arif, Pengantar Ekonomi Syariah Teori Dan Praktik (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 387-388

pedesaan adalah satu kesatuan kata yang memiliki arti dan definisi sendiri. Tetapi walaupun demikian masyarakat pedesaan jika dibagi menjadi dua kata dapat di masyarakat dan pedesaan yang masing-masing memiliki arti tersendiri.

Dalam masyarakat pedesaan yang bersifat agraris, fungsi keluarga sebagai kesatuan produksi dan konsumsi masih tampak. Keluarga pedesaan menanam, mengolah, dan menjual hasil pertaniannya ke pasar dan akhirnya sampai pada konsumen atau pemakai.¹¹

a. Masyarakat

Istilah masyarakat dapat diartikan secara etimologi dan terminologi, secara etimologi dalam bahasa Inggris, masyarakat disebut *society*, asal katanya *socius* yang berisi kawan. Adapun kata masyarakat berasal dari bahasa Arab, yaitu *syirik* yang artinya bergaul.

Sedangkan Kamus Besar Bahasa Indonesia sendiri mendefinisikan masyarakat sebagai sejumlah manusia dalam arti

¹¹Suparman Dkk, Ilmu Pengetahuam Sosial, (Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014), h.16

seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama.¹²

Selanjutnya pengertian masyarakat secara terminology oleh para ahli sosiologi untuk memberikan definisi masyarakat (*society*) seperti berikut :

1. Ralph Linton mendefinisikan masyarakat sebagai setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.
2. Selo Sumarjan mendefinisikan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan.

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan diatas baik secara etimologi maupun terminology dapat diketahui bahwa sesuatu kelompok dapat disebut masyarakat jika memiliki sekelompok manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan

¹²Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), h. 924.

suatu kesatuan, dan mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.

b. Desa

Desa dapat didefinisikan baik secara etimologi maupun terminologi, secara etimologi berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Desa adalah kesatuan wilayah yang dihuni oleh sejumlah keluarga yang mempunyai sistem pemerintahan sendiri (dikepalai oleh seorang kepala desa), atau kelompok rumah di luar kota yang merupakan kesatuan, atau udik atau dusun (dalam arti daerah pedalaman sebagai lawan kota), atau tanah, tempat, daerah.¹³

Sedangkan desa dalam definisi terminologi dapat merujuk pada Undang-undang Nomor 6 tahun 2014 tentang Desa adalah :

“Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa

¹³Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), h. 345.

*masyarakat, hak asal usul, dan atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam system pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia.*¹⁴

Berdasarkan definisi diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa desa adalah sebagai suatu kesatuan wilayah yang memiliki norma-norma, nilai-nilai hukum dan cenderung memiliki sifat-sifat homogen, baik dalam hal karakter demografis, ragam pekerjaan maupun basis ekonomi penghuninya yang diberikan kewenangan untuk mengurus urusannya secara mandiri atau hak otonomi desa. Sedangkan unsur-unsur desa diantaranya adalah penduduk, wilayah, dan pemerintahan desa.

Teori tentang pelapisan sosial di masyarakat banyak ditemukan dalam literatur ilmu sosiologi dan salah satu yang terkenal adalah teori pelapisan sosial Karl Max dengan teorinya tentang pertentangan kelas antara kaum *Borjuis* dan *Proletar*.

¹⁴Undang-undang Republik Indonesia, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa (Jakarta, Undang-undang Republik Indonesia, 2014), h. 2.

Menurutnya bahwa hanya terdapat dua kelas dalam masyarakat kapitalis yaitu kaum *Borjuis* dan *Proletar*.

Pola kebudayaan membangun persepsi masyarakat Desa dalam menanggulangi risiko yang masyarakat hadapi dan kebanyakan pola kebudayaan ini erat kaitannya dengan pengaruh ritual keagamaan. Sistem ekonomi masyarakat Desa terkait erat dengan system pertaniannya. Akan tetapi sistem pertanian masyarakat desa tidak hanya mencerminkan sistem ekonominya melainkan juga mencerminkan sistem nilai, norma-norma sosial atau tradisi, adat istiadat serta aspek-aspek kebudayaan lainnya. Masyarakat sebagai realitas eksternalobjektif akan menuntun Individu, untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti apa yang boleh diproduksi dan dikonsumsi, tuntunan tersebut biasanya berasal dari dalam budaya termasuk didalamnya hukum dan agama. Berdasarkan prinsip etika subsistensi yaitu semua keluarga dalam desa akan dijamin subsistensi minimalnya selama sumber-sumber daya yang dikuasai oleh warga desa

memungkinkannya, maka dengan demikian berarti bahwa setiap warga mempunyai asuransi risiko terhadap krisis subsistensi.¹⁵

4. Konsep Asuransi Syariah

1. Pengertian Asuransi Syariah

Ada beberapa istilah yang digunakan untuk asuransi syariah, diantaranya *Islamic insurance* (bahasa Inggris). Dalam bahasa Arab digunakan istilah *at ta'min*, *adh-dhaman* (*tadhamun*), dan *takaful*. Istilah *takaful* dalam bahasa Arab dari kata dasar *kafala-yakfulu-takafala-yatakafalu-takaful* berarti yang saling menanggung atau menanggung bersama. Istilah *takaful* pertama kali digunakan oleh Dar al-Mal al-Islami, suatu perusahaan asuransi Islam di Ganeva yang berdiri pada 1983.

Tadhamun berasal dari kata *dhamana* berarti saling menanggung. Tujuannya untuk menutupi kerugian atas suatu peristiwa dan musibah yang dialami seseorang dan dilakukan dengan cara memberikan sesuatu kepada orang yang ditanggung.

¹⁵Ikromulah Ramadhan, "Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Studi dan Analisis Pada Desa Dukupuntang Kecamatan Dukupuntang Cirebon Tahun 2015)", (Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), h.20

Sejumlah ganti (uang atau asset lainnya) saat terjadi musibah yang menimpa tertanggung.

Menurut kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ta'min*/asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, yang pihak penanggung mengaitkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi *at'min* untuk menerima pergantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.

Menurut Dewan Syariah Nasional, asuransi syariah (*ta'miin, takaful, tadhamu*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/ pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau *tabarru* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu dalam akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar*

(penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat.

Menurut UU No. 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian yaitu asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian yang terdiri atas perjanjian anatar perusahaan asuransi syariah dengan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariaah. Asuransi syariah ditujukan untuk saling menolong dan saling melindungi dengan cara: memberikan pergantian ke peserta atau pemegang polis atas kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepihak ketiga yang mungkin ditanggung peserta atau pemegang polis karena terjadi suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan pembayaran yang berdasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.¹⁶

¹⁶https://www.ojk.go.id/files/201506/1UU402014Perasuransian_1433758676.pdf Diakses Pada 8 Januari 2020 pukul 12:00

1. Landasan Hukum Asuransi Syariah

a. Al- Quran

وَقَالَ الْمَلِكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ
 وَسَبْعٌ سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي
 رُءْيَايَ إِنْ كُنْتُمْ لِلرُّءْيَا تَعْبُرُونَ

Raja berkata (kepada orang-orang terkemuka dari kaumnya): "Sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan tujuh bulir lainnya yang kering". Hai orang-orang yang terkemuka: "Terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu jika kamu dapat mentakwilkan mimpi". (QS. Yusuf :43)¹⁷

Ayat ini memuat untuk melakukan perencanaan yang sangat baik untuk memproteksi umatnya terhadap kemungkinan resiko di masa depan dengan sangat hati hati

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 berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada

¹⁷Mushaf An-Nadlah Alquran Dan Terjemahan (Jakarta: PT, Hati Emas,2004)

Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al- Maidah :2)¹⁸

Ayat ini memuat perintah tolong-menolong antar sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam bidang asuransi syariah, para peserta dapat diharapkan dapat memberikan sebagian uang yang dimilikinya untuk digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*) yang digunakan untuk menolong salah satu anggota asuransi yang mengalami musibah.

Menolong dalam masyarakat Islami. Minimal dengan menjenguknya atau bahkan memberikan bantuan. Terkadang bantuan yang diterima, jumlahnya melebihi biaya yang dikeluarkan untuk pengobatan sehingga terjadilah surplus, yang minimal dapat mengurangi beban penderitaan orang yang terkena musibah. Hadits tersebut yang menjadi dasar filosofi tegaknya sistem asuransi syariah.

b. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah

Asuransi harus dibangun dengan pondasi dan prinsip dasar yang kuat dan kokoh. Dalam asuransi harus tertanam prinsip dasar sebagai berikut :

¹⁸Mushaf An-Nadlah Alquran Dan Terjemahan (Jakarta: PT, Hati Emas,2004)

a) Tauhid (*unity*)

Prinsip tauhid merupakan hal terpenting dalam melakukan kegiatan ekonomi dan merupakan bagian dasar utama dalam pondasi menjalankan syariat Islam. Asuransi syariah tentu harus mengoperasionalkan nilai-nilai ketuhanan.

b) Keadilan (*justice*)

Prinsip keadilan dalam menjalankan sistem asuransi syariah merupakan jalan keterbukaan dan kepedulian antara pihak-pihak yang terikat dengan akad.

c) Tolong menolong (*ta'awun*)

Dalam berasuransi harus didasari kemauan untuk saling tolong menolong dan saling menghormati antar anggota yang terikat pada akad.

d) Kerjasama

Prinsip kerjasama merupakan prinsip universal yang selalu ada pada dunia bisnis. Pada asuransi syariah, prinsip kerjasama dapat berbentuk akad perjanjian, yaitu *mudarabah* dan *musyarakah*. *Mudarabah* merupakan kerjasama dimana pemilik modal menyerahkan dana (premi) kepada perusahaan asuransi (*mudharib*). Dana yang terkumpul akan diinvestasikan untuk memperoleh keuntungan dan pembagian keuntungan

sesuai kesepakatan kedua belah pihak. Sedangkan *musyarakah*, yaitu kedua belah pihak bekerja sama dengan sama-sama menyerahkan modalnya untuk diinvestasikan pada bidang-bidang yang menguntungkan. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai porsi *nisbah* (pembagian) yang disepakati.

e) Amanah

Prinsip amanah ini akan melahirkan saling percaya. Untuk itu setiap perusahaan asuransi syariah wajib memberikan laporan keuangan yang diterima dari peserta karena transparan dalam menjalankan usaha ini harus sesuai dengan syariat Islam.

f) Kerelaan

Prinsip kerelaan pada asuransi syariah diterapkan pada setiap peserta sehingga tidak ada paksaan antara pihak-pihak yang terikat dalam akad.

g) Larangan Riba'

Dalam setiap transaksi, seorang muslim tidak dibenarkan untuk memperkaya diri dengan cara yang tidak dibenarkan atau secara bathil.

h) Larangan *Maisir* (judi)

Prinsip larangan *maisir* (judi) dalam sistem asuransi syariah untuk menghindari satu pihak yang untung dan pihak yang lain rugi. Asuransi syariah harus berpegang teguh menjauhkan diri dari unsur judi dalam asuransi.

i) Larangan *Gharar* (ketidakpastian)

Gharar dalam pandangan ekonomi Islam terjadi apabila dalam suatu kesepakatan atau perikatan antara pihak-pihak yang terikat terjadi ketidakpastian dalam jumlah profit (keuntungan) maupun modal yang dibayarkan (premi).¹⁹

2. Tujuan Asuransi Syariah

Seseorang yang ikut asuransi syariah sudah pasti memiliki tujuan tertentu, baik itu untuk mendapatkan perlindungan atas risiko, manfaat tabungan maupun manfaat-manfaat lain yang diberikan oleh perusahaan. Seseorang yang ikut asuransi bisa mendapatkan klaim yang telah mereka bayarkan berupa premi kepada penanggung. Adapun tujuan asuransi syariah adalah:

- a. Untuk memberikan perlindungan atas risiko yang ada terhadap peserta yang mengalami musibah, baik itu kesehatan maupun kematian, yaitu dengan berikan klaim

¹⁹<http://respository.uinbanten.ac.id/view/divisions/asur=5Fsya/2019.html>

atau santunan terhadap peserta maupun ahli waris yang ditinggalkan.

- b. Tujuan seseorang mengikuti asuransi syariah tidak hanya mendapatkan perlindungan atas risiko yang dialami, akan tetapi peserta akan mendapatkan tabungan beserta keuntungan dari investasi yang dilakukan perusahaan. Dalam asuransi, kedua belah pihak memiliki hak dan kewajiban yang harus, dijalankan. Dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman asuransi syariah, baik tertanggung maupun penanggung memiliki hak dan kewajiban dalam menjalankan usahanya. Adapun hak dan kewajiban kedua belah pihak sebagai berikut :

- 1) Tertanggung

- a) Tertanggung mempunyai kewajiban untuk membayar premi kepada perusahaan sesuai yang telah disepakati dalam akad.
- b) Tertanggung mempunyai kewajiban untuk mengungkapkan keadaannya, baik itu pekerjaan, kesehatan ataupun hobi yang berkenaan dengan polis.
- c) Tertanggung mempunyai hak untuk mendapatkan pembayaran klaim atas apa yang dideritanya.

2) Penanggung

- a) Penanggung mempunyai kewajiban untuk mengelola dana yang diberikan oleh tertanggung.
- b) Penanggung mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi tentang kesehatan perusahaan.
- c) Penanggung mempunyai kewajiban untuk memberikan klaim tertanggung.
- d) Penanggung mempunyai hak untuk menerima pembayaran premi sesuai dengan akadnya.
- e) Penanggung mempunyai hak untuk mengetahui keadaan calon peserta, baik itu kesehatan, pekerjaan, ataupun hobi yang berkaitan dengan calon peserta.²⁰

3. Manfaat asuransi syariah

Asuransi syariah memiliki manfaat yang begitu besar, tetapi masyarakat belum memahaminya, manfaat yang didapatkan adalah sebagai berikut:

²⁰<http://respository.uinbanten.ac.id/view/divisions/asur=5Fsya/2019.html>

- a. Mengurangi beban biaya rumah sakit. Jika seseorang menderita sakit maka biaya pengobatan akan dibayar oleh perusahaan asuransi sesuai kesepakatan atau akad yang dibuat.
- b. Mendapatkan uang tabungan dari pembayaran premi setiap bulannya sesuai dengan akad yang dibuat.
- c. Mendapatkan keuntungan dari hasil investasi yang dilakukan dan dibagi sesuai akad yang digunakan.
- d. Saling membantu satu sama lain karena salah satu akad yang digunakan adalah akad *tabarru'* yaitu akad tolong-menolong, sehingga imbalannya adalah pahala. Seperti halnya seseorang meninggal dunia orang lain memberikan sumbangan kepada keluarga yang ditinggalkan, sehingga memberikan keringanan biaya, baik itu biaya pemakaman maupun yang lain.
- d. Ahli waris akan mendapatkan manfaat berupa uang saat peserta meninggal dunia.²¹

²¹Waldi Nofriansyah, *Asuransi Syariah Berkah yang tak Terduga...*,h. 28.

5. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Ikromullah Ramadhan (2015) **“Pengaruh Tingkat Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah”**, persamaan Variabel terkait (pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah), perbedaan Pada peneliti ini berfokus kepada masyarakat Desa Dukupuntang Kecamatan Dukupuntang Kabupaten Cirebon, Hasil dari penelitian ini bahwa pemahaman masyarakat Desa Dukupuntang terhadap asuransi syariah.²²

Aas Asmayawati (2019) **“Pengaruh Tingkat Pemahaman Masyarakat Kaligandu Terhadap Asuransi Syariah”**, persamaan variabel terkait (pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah), perbedaan pada peneliti ini berfokus kepada masyarakat Desa Kaligandu Kecamatan Kaligandu Kabupaten Serang-Banten, Hasil dari penelitian ini bahwa tingkat pemahaman masyarakat Kaligandu Kota Serang terhadap asuransi syariah sebanyak 362 responden, bahwa rata-rata responden menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa

²² Ikromullah Ramadhan, *“Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah (Studi dan Analisis Pada Desa Dukupuntang Kecamatan Dukupuntang Cirebon Tahun 2015”*, (Skripsi Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015).

kurang pengetahuannya serta kesadaran masyarakat terhadap asuransi.

Winnie Rahmawati. **“Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam membeli produk asuransi jiwa syariah”**. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling method*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Variabel sosial-ekonomi (0,111%), produksi (0,562%), promosi (0,707%), tarif/premi (0,471%). Satu variabel yang mempunyai nilai tertinggi yang dilihat dari hasil faktoring yaitu variabel promosi (0,707%), artinya bahwa faktor promosi merupakan faktor yang mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim dalam membeli produk asuransi jiwa pada AJB Bumiputera 1912 syariah cabang margonda. Perbedaan dengan penulis adalah Penelitian yang dilakukan winny rahmawati menggunakan variabel (x) yang terdiri dari sosial-ekonomi, produksi, promosi, tarif/premi dan variabel (Y) minat. sasaran pada nasabah non muslim sedangkan variabel yang diteliti penulis adalah produk, harga, promosi dan tempat sebagai variabel (x) dan minat sebagai

variabel (y). Jadi persamaan dalam penelitian ini membahas tentang minat asuransi atau produk asuransi.²³

Dedi Yulianto. **“Strategi asuransi dalam menumbuhkan minat masyarakat pada asuransi jiwa syariah Al-Amin cabang Lampung”**. Strategi yang digunakan *pertama* kerjasama dengan perbankan dan lembaga keuangan. *Kedua* pelayanan yang cepat. *Ketiga*, kemudahan dalam mengurus pelayanan. Ketiga strategi tersebut masuk dalam perspektif pelanggan. Perhitungan perspektif pelanggan pada *balance scorecard* skor tertinggi dibandingkan dengan tiga perspektif lainnya, yaitu sebesar 30%. dan ketiga strategis tersebut strategis yang lebih strategi adalah pelayanan dan strategi kemudahan mengurus persyaratan. yang tidak berpengaruh yaitu perspektif finansial, perspektif proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan memperoleh skor dengan jumlah ketiganya 54%. Dari empat perspektif *balance scorecard* yang digunakan secara keseluruhan didapatkan hasil skor sebesar 84%, hasil tersebut sudah optimal mencapai target. Perbedaan dengan skripsi

²³Windy Rahmawati, *“Faktor Faktor Yang Mengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada AJB Bumiperta 1912 Devisi Syariah Cabang Margonda)”* Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

penulis, Penelitian ini membahas strategi untuk mengetahui yang paling berpengaruh dalam menumbuhkan minat masyarakat pada asuransi jiwa syariah diantaranya strategi kerjasama dengan perbankan dan lembaga keuangan, pelayanan yang cepat, kemudahan dalam mengurus pelayanan. Sedangkan peneliti membahas tentang faktor faktor minat menjadi asuransi syariah diantaranya faktor produk, harga, promosi dan tempat. Persamaan dalam penelitian ini membahas minat terhadap tentang asuransi.²⁴

Yeni Yulia Sella.²⁹ **“Pengaruh besaran premi dan resiko asuransi terhadap minat nasabah asuransi takaful keluarga cabang Palembang”**, Hasil penunjukan variabel premi dan resiko secara simultan dengan menggunakan uji F dari dua variabel independen dan satu variabel berpengaruh signifikan antara premi dan resiko terhadap minat, dari F hitung sebesar 6.926 dengan nilai signifikan 0.002 lebih kecil dari 0,05 dengan dilihat secara parsial premi berpengaruh signifikan dan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat. Dengan signifikan terhadap minat 0.000 lebih lebih kecil dari 0.05 yang artinya

²⁴Dedi yulianto, *“Strategi asuransi dalam menumbuhkan minat masyarakat pada asuransi jiwa syariah Al-amin cabang lampung”*, skripsi (Lampung :UIN Raden intan.2018)

variabel premi berpengaruh signifikan terhadap minat. Variabel risiko diperoleh t hitung sebesar -1.701 dengan nilai signifikan 0,093 lebih besar dari 0,05 yang artinya resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

6. Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang landasi oleh teori dalil hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis dapat juga berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan-hubungan tertentu antara dua variabel atau lebih, yang kebenarannya hubungan tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ha : terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat pada asuransisyariah

Ho : tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah

2. Ha : terdapat pengaruh antara tempat terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah

Ho : tidak terdapat pengaruh antara tempat terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah.