

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Latar Penelitian**

##### **1. Profil Kecamatan Cisauk**

Kecamatan Cisauk mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dari tahun ke tahun, posisinya yang strategis mendorong pembangunan disegala bidang aspek baik kewilayahan, ekonomi, sosial maupun politik. Berbagai terobosan dan upaya dilakukan pemerintah kecamatan Cisauk dalam rangka mewujudkan kecamatan Cisauk yang lebih berkualitas.

Pesatnya pertumbuhan berbagai sektor kehidupan kecamatan cisauk perlu diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusai, agar masyarakat kecamatan Cisauk mempunyai kapasitas dan daya saing dalam rangka berperan pada pembangunan di kecamatan Cisauk.

Ketersediaan di berbagai fasilitas umum yang memadai baik Kesehatan, Pendidikan, infrastruktur, perhubungan, keuangan/ perbankan, komunikasi serta fasilitas lainnya menjadi

mutlak di perlukan dalam mendukung pembangunan di kecamatan Cisauk.

Adapun luas wilayah kecamatan Cisauk 26,914 km<sup>2</sup>, terbagi menjadi 6 wilayah administrasi yaitu 5 desa 1 kelurahan. Batas-batas wilayah terbagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

- Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Serpong – kota Tangerang Selatan
- Sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Setu – kota Tangerang Selatan
- Sebelah selatan berbatasan dengan kabupaten Bogor – provinsi Jawa Barat
- Sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Pagedangan

Secara topografi, wilayah kecamatan Cisauk tidak ada yang berbatasan langsung dengan laut. Berada di daerah dataran rendah dengan kemiringan dibawah 150<sup>0</sup> dan berada diluar kawasan hutan dengan ketinggian 37-56 meter dpl (diatas permukaan laut).

Temperatur udara rata-rata di kecamatan cisauk tidak berbeda dengan kecamatan lain di kabupaten Tangerang pada umumnya yaitu pada kisaran 23<sup>0</sup>C sampai 33<sup>0</sup>C. menurut catatan BPP, pada musim kemarau suhu di kecamatan Ciauk dapat mencapai 33<sup>0</sup>C, namun kondisi tersebut tidak berlangsung sepanjang hari.

## **2. Visi Dan Misi**

### **a. Visi**

Demi terwujudnya program pemerintah daerah. Kecamatan Cisauk mempunyai Visi yaitu “*Mewujudkan Masyarakat Kabupaten Tangerang Yang Religious, Cerdas, Sehat, Dan Sejahtera.*”

### **b. Misi**

Dalam mewujudkan Visi Kecamatan Cisauk terdapat 6 (Enam) Misi yang akan dilaksanakan sesuai kurun waktu RPJMD Kabupaten Tangerang:

1. Meningkatkan penerapan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan bermasyarakat menuju masyarakat yang religius

2. Meningkatkan akses, mutu dan pemerataan pelayanan pendidikan dan kesehatan untuk mewujudkan masyarakat yang cerdas dan sehat
3. Mengembangkan Ekonomi Daerah yang kompetitif
4. Meningkatkan kualitas tata kelola Pemerintahan yang profesional, transparan dan akuntabel
5. Meningkatkan pemerataan pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan dan pengelolaan lingkungan hidup berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah
6. Mengembangkan inovasi daerah dalam Rangka meningkatkan kualitas daya saing daerah, masyarakat dan pelaku pembangunan lainnya

### **3. Pemerintahan**

Berdasarkan Peraturan Bupati Tangerang Nomor 114 Nomor 2016 Tentang Kependudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Kecamatan Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Tangerang. Maka kecamatan Cisauk merupakan perangkat daerah sebagai pelaksana teknis kewilayahan yang mempunyai wilayah kerja tertentu dipimpin oleh

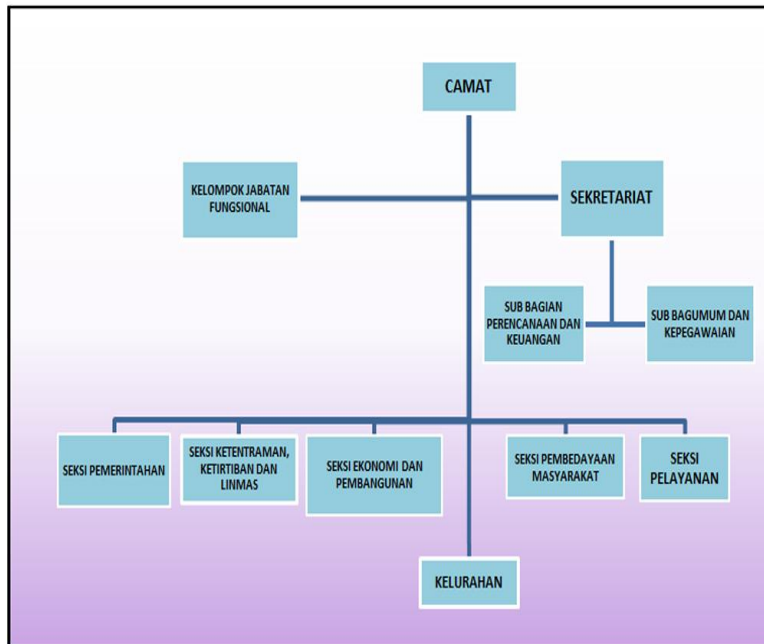
Camat yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Sekretaris Daerah.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya Kecamatan mengadakan koordinasi dengan Dinas / Instansi terkait. Wilayah administrasi di 5 desa dipimpin oleh Kepala Desa yang dipilih secara langsung oleh masyarakat setiap 6 Tahun sekali terkecuali Kelurahan Cisauk. Wilayah administrasi Kelurahan dipimpin oleh seorang Lurah yang berstatus PNS yang ditugaskan oleh Pemerintah Daerah. Sementara pegawai yang bekerja di Kantor Desa dan Kelurahan

Tercatat lebih dari 105 orang. Kecamatan Cisauk terdiri dari 5 Desa yaitu Mekarwangi, Dangdang, Suradita, Sampora dan Cibogo serta 1 Kelurahan yaitu Kelurahan Cisauk. Satuan Lingkungan setempat terkecil adalah RT, terdapat 248 RT dan 47 RW dibawah Pemerintahan Desa / Kelurahan di Kecamatan Cisauk.

Tabel. 5

## STRUKTUR ORGANISASI KECAMATAN CISAUK



## B. Deskripsi Data

### 1. Faktor yang Menjadi Daya Tarik/ Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk

Seseorang mempunyai rasa ingin memiliki atau membeli suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa itu didorong oleh beberapa faktor yang mendorong mereka sehingga mereka membeli produk tersebut. Begitu juga halnya dengan minat

masyarakat kecamatan Cisauk untuk membeli polis asuransi didorong oleh beberapa faktor, sebagaimana yang didapatkan oleh peneliti saat melakukan wawancara dengan salah satu warga kecamatan Cisauk, sebagai berikut:

*“Iya Saya mengetahui manfaat asuransi karena sebelum saya mempunyai polis asuransi (BPJS Kesehatan) saya dirawat kerumah sakit dan saya merasa keberatan untuk membayar ongkos rumah sakit karena memang tidak mempunyai uang simpanan sampai akhirnya ada seorang agen asuransi yang menawarkan asuransi. jadi jika nanti saya mengalami sakit saya tidak pusing memikirkan ongkos rumah sakit karena ada asuransi”<sup>46</sup>*

Selanjutnya hal serupa juga dikemukakan oleh satu warga Kp. Dangdang kecamatan cisauk yakni terkait pengetahuan manfaat asuransi sebagai dari Tarik/ minat berasuransi masyarakat kecamatan cisauk, sebagai berikut:

*“Saya membeli asuransi karena saya paham kegunaannya yaitu sebagai solusi dimanakala saya menghadapi*

---

<sup>46</sup> Samdani, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 20 Februari 2021

*musibah dimasa mendatang, dengan begitu saya tidak repot mencari uang untuk membayar rumah sakit karena ada asuransi.”<sup>47</sup>*

Pengetahuan masyarakat tentang manfaat produk yang akan mereka beli itu sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan membeli suatu produk baik itu barang atau jasa,terlebih yang berkaitran dengan keuntungan yang didapatkan bila mereka membeli suatu produk tersebut. Sama halnya dengan calon nasabah asuransi, mengetahui manfaat dari produk asuransi yang ditawarkan oleh seorang agen asuransi menjadi salah satu faktor yang menjadi daya tarik masyarakat kecamatan Cisauk dalam berasuransi.

Selain itu yang menjadi daya Tarik masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi karena mereka mengetahui keunggulan produk asuransi itu sendiri sebagaimana yang di ungkapkan:

*“Iya benar saya mengetahui keunggulan produknya karena Ketika saya berobat kerumah sakit gratis”<sup>48</sup>*

---

<sup>47</sup> Saroni, warga kecamatan Cisauk, wawancara dengan Penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

<sup>48</sup> Samdani, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 20 Februari 2021



Pendapat yang sama juga disampai oleh warga lainnya yaitu:

*“Tentu saya membeli asuransi karena saya mengetahui keunggulan produknya, salah satunya yang saya tahu bila saya tidak klaim nanti diakhir priode saya akan mendapatkan uang”<sup>49</sup>*

Pengenalan suatu produk yang akan dibeli/ dikonsumsi oleh konsumen sangat penting. Proses pengenalan produk ini bisa dilakukan melalui pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen sendiri terkait produk-produk yang akan mereka beli. Maupun dengan cara perusahaan melakukan promosi.

Pemasaran yang menarik dan gaya penyampaian informasi tentang produk asuransi yang mudah dipahami juga menjadi faktor daya Tarik/minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk, sebagaimana yang diungkapkan:

*“Yang menawarkan asuransi ke saya adalah tetangga saya dan dia orangnya pintar ngomong membuat saya tertarik untuk membeli asuransi”<sup>50</sup>*

---

<sup>49</sup> Saroni, warga kecamatan Cisauk, wawancara dengan Penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

<sup>50</sup> Samdani, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 20 Februari 2021

hal yang sama juga diungkapkan:

*“Yang membujuk saya membeli asuransi orang yang saya kenal dan memang orangnya pintar membujuk”*<sup>51</sup>

Seperti pada umumnya seorang konsumen dalam membeli suatu produk baik itu barang atau jasa tentu mencari produk yang harga nya murah dan memiliki kualitas yang sesuai dengan kebutuhan. Sama halnya dengan harga premi yang murah menjadi salah satu daya Tarik/ minat berausransi masyarakat kecamatan Cisauk, sebagaimana yang di sampaikan:

*“Saya mempunyai 3 polis asuransi untuk saya, istri dan anak, bayaran per bulannya itu hanya Rp 35.000 saja”*<sup>52</sup>

Pendapat yang sama juga diungkapkan:

*“Asuransi yang saya beli harganya murah dan itu bisa terjangkau oleh saya, sesuai dengan penghasilan bulanan jadi saya sanggup membelinya”*<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Edi Sutisna, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

<sup>52</sup> Samdani, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 20 Februari 2021

<sup>53</sup> kiki, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 14 Juni 2021

## 2. Faktor yang Menghambat Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk

Tidak tertariknya seseorang atau tidak mempunyai rasa ingin memiliki atau membeli terhadap suatu produk itu dikarenakan ada beberapa faktor yang menghambat mereka sehingga mereka tidak berminat terhadap suatu produk.

Adapun faktor yang menghambat minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi, seperti yang dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu warga kecamatan Cisauk, beliau memaparkan sebagai berikut:

*“Saya tidak tahu asuransi”*<sup>54</sup>

Demikian juga sama dengan pendapat diatas yakni:

*“Saya tidak mengetahui asuransi, karena belum pernah mendengar kata asuransi”*<sup>55</sup>

Pengetahuan masyarakat kecamatan Cisauk terhadap asuransi menjadikan hambatan bagi mereka untuk berasuaransi. Ketidaktahuan masyarakat kecamatan Cisauk kepada asuransi ini

---

<sup>54</sup> Kana, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

<sup>55</sup> Basri, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya pada tanggal 14 Juni 2021

dikarenakan belum ada yang melakukan sosialisasi kepada mereka terkait hal-hal yang bersangkutan dengan asuransi, baik dari arti asuransi, manfaat asuransi dan lain sebagainya. Seperti yang diungkapkan oleh satu warga kecamatan Cisauk mengatakan:

*“Iya belum pernah ada yang melakukan sosialisasi, jadi wajar saya tidak paham asuransi dan tidak tertarik pada asuransi”*<sup>56</sup>

Demikian juga pendapat yang sama diungkapkan:

*“Tidak ada yang mengadakan sosialisasi di kampung ini”*<sup>57</sup>

Selain itu, ketidaktahuan masyarakat kecamatan Cisauk terhadap asuransi yaitu karena lingkungan sekitar, baik lingkungan keluarga maupun lingkungan kerja sehingga mengakibatkan mereka terhambat untuk berminat berasuransi. Dengan kata lain lingkungan menjadi faktor penghambat masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi, sebagaimana yang diungkapkan:

---

<sup>56</sup> Kana, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

<sup>57</sup> Basri, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya pada tanggal 14 Juni 2021

*“Iya karena saya setiap hari kerja berangkat pagi pulang sore”*<sup>58</sup>

Warga lainnya juga berpendapat sama yaitu:

*“Saya bekerja di kampung jadi saya tidak pernah mendengar kata asuransi”*<sup>59</sup>

Pendapatan yang rendah juga menjadi alasan masyarakat kecamatan Cisauk untuk tidak berasuransi sebagaimana yang diungkapkan:

*“Iya karena gaji saya kecil tidak UMR Tangerang dan juga masih banyak keperluan lainnya seperti biaya sekolah anak, membeli kebutuhan pokok harian , angsuran kendaranaan dan lainnya”*<sup>60</sup>

Demikian juga:

---

<sup>58</sup> Kana, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

<sup>59</sup> Badrudin, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

<sup>60</sup> Kana, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

*“Saya hanya bekerja buruh harian dengan gaji yang rendah, jadi jangan untuk membeli asuransi, untuk biaya kehidupan sehari-hari juga sulit”<sup>61</sup>*

Karena pendapatan yang rendah berakibat pada harga premi yang mahal mengakibatkan minat masyarakat kecamatan Cisauk untuk bersauransi terhambat, sebagaimana yang diungkapkan:

*“Iya karena saya pernah mendengar dari orang yang ikut asuransi bayaran perbulannya mahal, dan jika ada yang Rp 20.000 perbulan pun saya tidak sanggup”<sup>62</sup>*

Hal serupa juga disampaikan:

*“Asuransi yang saya tahu bayarannya mahal, dan itu tidak terjangkau bagi saya pribadi”<sup>63</sup>*

---

<sup>61</sup> Badrudin, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

<sup>62</sup> Kana, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

<sup>63</sup> Badrudin, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

### **3. Solusi Mengurangi Faktor Yang Menghambat Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk.**

Keasadaran masyarakat kecamatan Cisauk dan minat masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi masih terkendala oleh beberapa faktor yang telah dipaparkan diatas. Dengan demikian maka amat penting untuk mencari solusi untuk mengentaskan kesadaran dan minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk.

Permasalahan-permasalahan tentang yang menghambat masyarakat kecamatan Cisauk tidak berminat berasuaransi karena disebabkan Minimnya pengetahuan masyarakat kecamatan Cisauk tentang asuransi. sehingga menjadi alasan bagi masyarakat untuk tidak berasuransi dan ini merupakan masalah yang paling fundamental dan harus segera diselesaikan

Salah satu cara yang bisa diambil sebagai alternatif dan solusi untuk bisa menimbulkan minat berasuransi masyarakat Cisauk sekaligus sebagai solusi mengurangi faktor penghambat minat salah satunya dengan melakukan promosi sebagaimana yang diungkapkan:

*“Mungkin kalau ada seorang agen/ perusahaan asuransi yang promosi Insya Allah saya tertarik, yang penting harga nya terjangkau”<sup>64</sup>*

Selain itu yang menjadi fokus masyarakat kecamatan Cisauk tidak berminat untuk berasuransi karena pendapatan mereka masih rendah. Pendapatan yang rendah ini mengakibatkan masyarakat kecamatan Cisauk merasa berat bila harus membeli polis karena mereka merasa masih banyak kebutuhan-kebutuhan pokok yang harus mereka penuhi.

Maka dari itu, solusinya adalah dengan menciptakan atau membuat produk asuransi yang preminya murah, sebagaimana yang diungkapkan:

*“Ya saya akan membeli asalkan bayaran perbulannya maksimal Rp. 15.000”<sup>65</sup>*

Demikian juga diungkapkan:

---

<sup>64</sup> Siti Masitoh, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021

<sup>65</sup> Siti Masitoh, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 19 Februari 2021



*“Saya mengharapkan ada asuransi yang murah sehingga terjangkau, karena saya juga paham betul manfaat dari asuransi, bisa sangat membantu”<sup>66</sup>*

Tidak tertariknya masyarakat kecamatan Cisauk terhadap asuransi dikarenakan banyak faktor, diantaranya: tidak mengetahui asuransi, pendapatan rendah, premi mahal, dan lingkungan. Dengan demikian harus dicarikan jalan keluar agar masyarakat kecamatan Cisauk sadar akan pentingnya asuransi sehingga mereka berminat untuk berasuransi.

Faktor fundamental yang menghambat masyarakat kecamatan Cisauk tidak berminat untuk berasuransi karena Tidak tahunya masyarakat kecamatan Cisauk terhadap asuransi. pengetahuan yang minim ini bisa di ambil jalan kelaurnya dengan cara melakukan sosialisasi baik oleh pihak perusahaan maupun mahasiswa, sebagaimana yang di ungkapkan:

*“Insya Allah kalau ada orang yang melakukan sosialisasi bisa membantu saya untuk mengetahui asuransi, karena menurut*

---

<sup>66</sup> Siti Rofiah, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

*saya banyak orang tidak berasuransi karena tidak tahu asuransi, seperti saya sendiri juga begitu”<sup>67</sup>*

Pendapat yang sama diungkapkan:

*“Harus nya sosialisasi diadakan, karena sosialisasi sangat membantu untuk bisa meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang asuransi”<sup>68</sup>*

## **C. Analisis Data**

### **1. Analisis Faktor yang Menjadi Daya Tarik/ Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk.**

Minat sering disebut juga sebagai *interest*. Minat merupakan gambaran sifat dan sikap ingin memiliki kecenderungan tertentu. Minat juga diartikan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu dan keinginan yang kuat untuk melakukan sesuatu. Minat bukan bawaan dari lahir, melainkan dapat dipengaruhi bakat. minat menurut Sabri yang dikutip Meity H. Idris dan Izul Ramdani dalam bukunya yang berjudul *Menumbuhkan Minat Membaca Pada Anak Usia Dini* adalah

---

<sup>67</sup> Saeful Darjat, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya, tanggal 20 Februari 2021

<sup>68</sup> Edi Sutisna, Warga Kecamatan Cisauk, wawancara dengan penulis di rumahnya tanggal 14 Juni 2021

suatu kecenderungan untuk selalu memperhatikan dan mengingat secara terus menerus.

Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat suatu konsumen dalam membeli suatu produk dapat dilihat dari segi eksternal dan internal. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari lingkungan eksternal individu yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam membeli suatu produk. Yang termasuk faktor eksternal adalah faktor budaya dan faktor sosial. Sedangkan dari faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari faktor lingkungan internal yang berpengaruh terhadap minat dalam membeli suatu produk, yang terdiri dari:

1. Faktor pribadi

Dalam minat suatu pembelian produk, faktor pribadi juga mempengaruhi seorang individu. Faktor tersebut terdiri dari: kematangan usia dan tahapan dalam siklus hidup, keadaan pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya atau pola hidup, kepribadian dan konsep diri.

## 2. Faktor psikologi

Faktor psikologi adalah salah satu faktor yang cukup dominan dalam menentukan minat pembelian suatu produk, sebab pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pola hidup keluarga dan kepribadiannya. Selain dua faktor yang telah dijelaskan diantara faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi minat nasabah/konsumen untuk membeli suatu produk. Faktor eksternal yang terdiri dari stimulasi pemasaran yaitu produk, pemasaran, promosi, sosial ekonomi, harga, budaya dan politik. Faktor-faktor eksternal adalah sebagai berikut :

1) Produk

2) Promosi

Promosi dalam system ekonomi syariah harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau saran yang digunakan harus sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Indriyo Gito Sudarmo promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang

lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu: iklan, promosi penjualan, publisitas, bauran promosi

### 3) Harga

Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Didalam perusahaan kecil, sering kali ditetapkan oleh manajemen pemasaran saja. Namun pada perusahaanperusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk. Istilah harga dalam bisnis asuransi biasanya disebut dengan premi.

Seseorang mempunyai rasa ingin memiliki atau membeli suatu produk baik itu berupa barang maupun jasa itu didorong oleh beberapa faktor yang mendorong mereka sehingga mereka membeli produk tersebut. Begitu juga halnya dengan minat masyarakat kècamatan cisauk untuk membeli polis asuransi didorong oleh beberapa faktor.

Sejalan dengan pernyataan para ahli terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang yang mana faktor-faktor yang menjadi daya Tarik/minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk sebagaimana yang didapatkan oleh peneliti saat melakukan wawanaca dengan salah warga kecamatan Cisauk yakni:

**a). Mengetahui Manfaat Asuransi**

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. seperti yang dikatakan Samdani:

*“Iya Saya mengetahui manfaat asuransi karena sebelum saya mempunyai polis asuransi (BPJS Kesehatan) saya dirawat kerumah sakit dan saya merasa keberatan untuk membayar ongkos rumah sakit karena memang tidak mempunyai uang simpanan sampai akhirnya ada seorang agen asuransi yang menawarkan asuransi. jadi jika nanti saya mengalami sakit saya*

*tidak pusing memikirkan ongkos rumah sakit karena ada asuransi”*

Selanjutnya hal serupa juga dikemukakan oleh satu warga Kp. Dangdang kecamatan cisauk yakni terkait pengetahuan manfaat asuransi sebagai dari Tarik/ minat berasuransi masyarakat kecamatan cisauk, sebagai berikut:

*“Saya membeli asuransi karena saya paham kegunaannya yaitu sebagai solusi dimanakala saya menghadapi musibah dimasa mendatang, dengan begitu saya tidak repot mencari uang untuk membayar rumah sakit karena ada asuransi.”*

Pengetahuan masyarakat tentang manfaat produk yang akan mereka beli itu sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan membeli suatu produk baik itu barang atau jasa,terlebih yang berkaitran dengan keuntungan yang didapatkan bila mereka membeli suatu produk tersebut. Sama halnya dengan calon nasabah asuransi, mengetahui manfaat dari produk asuransi yang ditawarkan oleh seorang agen asuransi menjadi salah satu

faktor yang menjadi daya Tarik masyarakat kecamatan Cisauk dalam berasuransi.

Adapun tujuan asuransi Syariah adalah:

1. Untuk memberikan perlindungan atas risiko yang ada terhadap peserta yang mengalami musibah, baik itu Kesehatan maupun kematian, yaitu dengan memberikan klaim atau santunan terhadap peserta maupun ahli waris.
2. 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.

Sedangkan tujuan khusus asuransi adalah:

- a. Meringankan risiko yang dihadapi oleh para nasabah atau para tertanggung;
- b. Menciptakan rasa aman dan tentram dikalangan nasabah, sehingga lebih berani meningkatkan usaha yang lebih besar;

Mengumpulkan dana melalui premi yang terkumpul sedikit demi sedikit dari para nasabahnya sehingga terhimpun



dana besar yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan bangsa dan negara.

#### **b) Mengetahui Keunggulan Produk Asuransi**

Selain itu yang menjadi daya Tarik masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi karena mereka mengetahui keunggulan produk asuransi itu sendiri sebagaimana yang di ungkapkan Samdani:

*“Iya benar saya mengetahui keunggulan produknya karena Ketika saya berobat kerumah sakit gratis”*

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh warga lainnya yaitu:

*“Tentu saya membeli asuransi karena saya mengetahui keunggulan produknya, salah satunya yang saya tahu bila saya tidak klaim nanti diakhir priode saya akan mendapatkan uang”*

Pengenalan suatu produk yang akan dibeli/ dikonsumsi oleh konsumen sangat penting. Proses pengenalan produk ini bisa dilakukan melalui pencarian informasi yang dilakukan oleh konsumen sendiri terkait produk-produk yang akan mereka beli. Maupun dengan cara perusahaan melakukan promosi.

Produk sendiri memiliki arti segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi. Pengertian produk secara umum juga dikemukakan oleh beberapa ahli. Menurut Philip Kotler produk adalah segala sesuatu yang biasa ditawarkan kepada sebuah pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pengetahuan konsumen bisa diartikan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Selanjutnya Egel, Blackwell, dan Miniard dalam manajemen pemasaran karya Agustina shinta membagi pengetahuan konsumen dalam tiga macam:

#### 1. Pengetahuan Produk

- Kategori produk
- Merk

- Terminology produk
- Atribut atau fitur produk
- Harga produk
- Kepercayaan produk

## 2. Pengetahuan Pembelian

- Pengetahuan tentang toko
- Lokasi produk didalam toko
- Penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko

## 3. Pengetahuan Pemakaian

- Konsumen mengetahui manfaat dalam produk

Maka ini merupakan tugas seorang agen asuransi untuk menyampaikan keunggulan produk-produk asuransi yang ditawarkan secara detail, mudah dipahami dan menarik kepada calon nasabah, tujuannya supaya para calon nasabah berminat untuk membeli polis asuransi.

## **7. Pemasaran yang Menarik dan Mudah dipahami**

Pemasaran yang menarik dan gaya penyampaian informasi tentang produk asuransi yang mudah dipahami juga

menjadi faktor daya Tarik/minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk, sebagaimana yang diungkapkan Samdani:

*“Yang menawarkan asuransi ke saya adalah tetangga saya dan dia orangnya pintar ngomong membuat saya tertarik untuk membeli asuransi”.*

hal yang sama juga diungkapkan:

*“Yang membujuk saya membeli asuransi orang yang saya kenal dan memang orangnya pintar membujuk”*

Pemasaran sendiri adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.

Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan menghasilkan laba. Sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior,

menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.

Proses stimulus pemasaran sangat fundamental karena menjadi penentu seorang calon nasabah membeli atau tidaknya polis asuransi. Stimulus pemasaran berarti pemasaran berupaya menstimulus konsumen sehingga bisa menarik minat beli konsumen. Pemasaran yang dilakukan agen asuransi harus lebih menarik baik dari segi penampilan, tutur kata yang tertata dan penyampaian tentang produk asuransi secara detail agar bisa menarik minat calon nasabah untuk berasuransi.

## **8. Premi Murah**

Seperti pada umumnya seorang konsumen dalam membeli suatu produk baik itu barang atau jasa tentu mencari produk yang harganya murah dan memiliki kualitas yang sesuai dengan kebutuhan. Sama halnya dengan harga premi yang murah menjadi salah satu daya Tarik/ minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk, sebagaimana yang di sampaikan Samdani:

*“saya mempunyai 3 polis asuransi untuk saya, istri dan anak, bayaran per bulannya itu hanya Rp 35.000 saja”*

Pendapat yang sama juga diungkapkan:

*“Asuransi yang saya beli harganya murah dan itu bisa terjangkau oleh saya, sesuai dengan penghasilan bulanan jadi saya sanggup membelinya”*

Premi asuransi yang murah sehingga terjangkau oleh mereka menjadi salah satu faktor masyarakat kecamatan cisauk tertarik untuk berasuransi. Premi sendiri memiliki arti jumlah uang yang harus dibayarkan pada waktu tertentu kepada perusahaan asuransi, sebagai kewajiban untuk mendapatkan perlindungan risiko jika terjadi kerugian yang diderita oleh tertanggung.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dilapangan oleh peneliti bisa di simpulkan bahwa yang menjadi daya tarik/ minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui Manfaat Asuransi
2. Mengetahui Keunggulan Produk Asuransi yang ditawarkan
3. Pemasaran yang Menarik dan Mudah dipahami
4. Premi Murah

## **2. Analisis Faktor Penghambat Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk**

Tidak tertariknya seseorang atau tidak mempunyai rasa ingin memiliki atau ingin membeli terhadap suatu produk itu dikarenakan ada beberapa faktor yang menghambat mereka sehingga mereka tidak berminat terhadap suatu produk.

Adapun faktor yang menghambat minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi, seperti yang dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu warga kecamatan Cisauk sebagai berikut:

### **a. Tidak Mengetahui Asuransi**

Pengetahuan masyarakat kecamatan cisauk terhadap asuransi menjadi penghambat timbulnya minat masyarakat untuk berasuransi. Edukasi tentang asuransi menjadi penting tujuannya supaya masyarakat paham betul akan pentingnya asuransi,

sehingga berakibat timbulnya minat dalam diri masyarakat untuk berasuransi. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh kana selaku warga kecamatan cisauk:

*“Saya tidak tahu asuransi”*

Demikian juga sama dengan pendapat diatas yakni:

*“Saya tidak mengetahui asuransi, karena belum pernah mendengar kata asuransi”*

Asuransi dalam sudut pandang hukum dan ekonomi merupakan bentuk manajemen risiko utama yang digunakan untuk menghindari kemungkinan terjadinya kerugian yang tidak tertentu. Dengan kata lain, asuransi adalah suatu sistem yang diciptakan unntuk melindungi orang, kelompok, atau aktivitas usaha terhadap risiko kerugian finansial dengan cara membagi atau menyebarkan risiko melalui pembayaran sejumlah premi

Asuransi yang ada di Indonesia itu tidak hanya asuransi konvensional saja melainkan ada asuransi Syariah. Hal ini dianggap amat wajar dengan melihat Indonesia sebagai negara mayoritas penduduk beragama islam. Dengan demikian dikira amat penting untuk mengetahui definisi asuransi Syariah.



Sedangkan asuransi syariah lebih menekankan pada makna tolong-menolong antar sesama peserta. Sebagaimana Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mendefinisikan asuransi syariah yaitu usaha saling tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/ atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan Syariah.

Pencarian informasi mulai dilakukan Ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk. Pencarian informasi bisa melalui internal maupun eksternal.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian informasi sebagai berikut: (a) faktor resiko produk (keuangan, fungsi, psikologis, waktu, sosial, fisik), (b) faktor karakteristik konsumen (pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian dan karakteristik demografi), (c) faktor situasi (waktu yang tersedia untuk belanja, lokasi toko, ketersediaan informasi, kondisi psikologis konsumen, resiko sosial dari situasi, tujuan belanja).

**b. Lingkungan**

Selain itu, ketidaktahuan masyarakat kecamatan Cisauk terhadap asuransi yaitu karena lingkungan sekitar, baik lingkungan keluarga maupun lingkungan kerja sehingga mengakibatkan mereka terhambat untuk berminat berasuransi. Dengan kata lain lingkungan menjadi faktor penghambat masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi, sebagaimana yang diungkapkan Kana:

*“Iya karena saya setiap hari kerja berangkat pagi pulang sore”*

Warga lainnya juga berpendapat sama yaitu:

*“Saya bekerja di kampung jadi saya tidak pernah mendengar kata asuransi”*

Karakteristik demografi menunjukkan identitas seseorang bisa berdasarkan usia, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis kelamin, status pernikahan, pekerjaan, lokasi geografis, dan lain-lain. Jadi lingkungan seseorang sangat berpengaruh terhadap minat membeli suatu produk seperti halnya dalam minat berasuransi.

Lingkungan sangat berpengaruh terhadap pengetahuan masyarakat tentang asuransi yang mana karena tidak tahunya asuransi mengakibatkan minat kepada asuransi pun menjadi terhambat. Seseorang yang bekerja dari pagi samapi malam besar kemungkinan tidak mengetahui asuransi apalagi kerjanya seabagi buruh kasar yang mana keterbatasan informasi tentang asuransi karena lingkungan kerjanya yang demikian. Disini peran penting perusahaan harus melakukan promosi/ pemasaran lebih kreatif lagi.

Hadirnya pasar bisa membentuk kreativitas tinggi bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen kreativitas dan inovasi wajib dilakukan untuk selalu menarik konsumen untuk membeli hasil produksinya. Sedangkan untuk konsumen jreativitas mereka akan terlatih untuk melatih kepekaannya dalam memilih dan memutuskan hasil produksi atau barang yang sesuai denga napa yang mereka butuhkan.

### **c. Pendapatan Rendah**

Pendapatan yang rendah juga menjadi alasan masyarakat kecamatan cisauk untuk tidak berasuransi sebagaimana yang diungkapkan Kana selaku warga kecamatan Cisauk:

*“Iya karena gaji saya kecil tidak UMR Tangerang dan juga masih banyak keperluan lainnya seperti biaya sekolah anak, membeli kebutuhan pokok harian, angsuran kendaranaan dan lainnya”*

Demikian juga:

*“Saya hanya bekerja buruh harian dengan gaji yang rendah, jadi jangan untuk membeli asuransi, untuk biaya kehidupan sehari-hari juga sulit”*

Pendapatan sendiri berarti sejumlah uang yang diterima oleh individu dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan dalam ilmu ekonomi adalah nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang pada akhir periode seperti keadaan semula.

Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, bahwa sering kali dijumpai dengan bertambahnya

pendapatan, maka barang yang dikonsumsi bukan saja bertambah, tapi juga kualitas barang tersebut ikut menjadi perhatian.

Mayoritas masyarakat kecamatan Cisauk tidak berasuransi karena pendapatan mereka masih rendah, karena bagi mereka kebutuhan makan dan lainnya.

#### **d. Harga Premi Mahal**

Karena pendapatan yang rendah berakibat pada harga premi yang mahal mengakibatkan minat masyarakat kecamatan Cisauk untuk bersuransi terhambat, sebagaimana yang diungkapkan Kana:

*“Iya karena saya pernah mendengar dari orang yang ikut asuransi bayaran perbulannya mahal, dan jika ada yang Rp 20.000 perbulan pun saya tidak sanggup”*

Hal serupa juga disampaikan:

*“Asuransi yang saya tahu bayarannya mahal, dan itu tidak terjangkau bagi saya pribadi”*

Menurut Kotler harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan

harga dalam berbagai cara. Didalam perusahaan kecil, sering kali ditetapkan oleh manajemen pemasaran saja. Namun pada perusahaan-perusahaan besar penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer divisi atau manajer lini produk. Istilah harga dalam bisnis asuransi biasanya disebut dengan premi.

Adapun tujuan penetapan harga yaitu:

1. Tujuan yang berorientasi pada laba
2. Tujuan yang berorientasi pada volume
3. Tujuan yang berorientasi pada citra
4. Tujuan stabilisasi harga
5. Tujuan-tujuan lainnya

Jadi ini merupakan tugas perusahaan asuransi baik itu perusahaan asuransi konvensional maupun syariah untuk bisa menciptakan produk asuransi yang target pasarnya difokuskan kepada masyarakat dengan pendapatan menengah kebawah.

Jadi dapat kita simpulkan disini bahwa yang menjadi faktor penghambat minta berasuransi masyarakat kecamatan cisauk sebagai berikut:

1. Tidak mengetahui asuransi

2. Lingkungan
3. Pendapatan rendah
4. Harga premi mahal

### **3. Analisis Solusi Mengurangi Faktor Penghambat Minat Berasuransi Masyarakat Kecamatan Cisauk**

Keasadaran masyarakat kecamatan Cisauk dan minat masyarakat kecamatan Cisauk untuk berasuransi masih terkendala oleh beberapa faktor yang telah dipaparkan diatas. Dengan demikian maka amat penting untuk mencari solusi untuk mengentaskan kesadaran dan minat berauransi masyarakat kecamatan Cisauk.

Permasalahan-permasalahan tentang yang menghambat masyarakat kecamatan Cisauk tidak berminat berasuaransi karena disebabkan Minimnya pengetahuan masyarakat kecamatan Cisauk tentang asuransi. sehingga menjadi alasan bagi masyarakat untuk tidak berasuransi dan ini merupakan masalah yang paling fundamental dan harus segera diselesaikan

Adapun solusi mengurangi faktor yang menghambat minat bersuransi masyarakat kecamatan Cisauk yaitu dengan cara:

**a) Diadakannya Promosi**

Salah satu cara yang bisa diambil sebagai alternatif dan solusi untuk mengurangi faktor penghambat minat berasuransi masyarakat Cisauk salah satunya dengan melakukan promosi sebagaimana yang diungkapkan Siti Masitoh:

*“Mungkin kalau ada seorang agen/ perusahaan asuransi yang promosi Insya Allah saya tertarik, yang penting harga nya terjangkau”*

Pada hakikatnya promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang berarti perusahaan asuransi (agen asuransi) harus melakukan komunikasi penawaran produk asuransi kepada yang targetnya masyarakat kalangan pedesaan karena kemungkinan besar belum mendapatkan informasi terkait pentingnya asuransi. promosi disini harus lebih menekankan pada edukasi tentang pentingnya asuransi agar masyarakat kecamatan



Cisauk sadar akan pentingnya asuransi, sehingga klimaksnya mereka berminat untuk berasuransi.

Tujuan utama diadakannya promosi adalah untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Promosi dalam system ekonomi syariah harus memperhatikan nilai-nilai kejujuran dan menjauhi penipuan. Media atau saran yang digunakan harus sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Indriyo Gito Sudarmo promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dapat digunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara, yaitu: iklan, promosi penjualan, publisitas, bauran promosi.

**b) Menciptakan Produk Asuransi yang Preminya Murah**

Sealin itu yang menjadi fokus masyarakat kecamatan Cisauk tidak berminat untuk berasuransi karena pendapatan mereka masih rendah. Pendapatan yang rendah ini mengakibatkan masyarakat kecamatan Cisauk merasa berat bila harus membeli polis karena mereka merasa masih banyak kebutuhan-kebutuhan pokok yang harus mereka penuhi.

Maka dari itu, solusinya dengan menciptakan atau membuat produk asuransi yang preminya murah, sebagaimana yang diungkapkan Siti Masitoh:

*“Iya saya akan membeli asalkan bayaran perbulannya maksimal Rp. 15.000”*

Demikian juga diungkapkan:

*“Saya mengharapkan ada asuransi yang murah sehingga terjangkau, karena saya juga paham betul manfaat dari asuransi, bisa sangat membantu”*

Secara umum ada faktor yang harus diperhatikan dalam penetapan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Sebagai berikut:

Faktor internal perusahaan yaitu:

1. Tujuan pemasaran perusahaan
2. Strategi bauran pemasaran
3. Biaya
4. Organisasi

Faktor lingkungan eksternal yaitu :

2. Pengaruh dari struktur pasar yang dihadapi
3. Persaingan
4. Unsur-unsur lingkungan eksternal yang lain.

Maka ini merupakan tugas perusahaan asuransi baik itu perusahaan asuransi konvensional maupun syariah untuk bisa menciptakan produk asuransi yang target pasarnya difokuskan kepada masyarakat dengan pendapatan rendah.

**c) Diadakannya Sosialisasi Baik Oleh Pihak Perusahaan  
Maupun Mahasiswa Tentang Pentingnya Asuransi**

Maka solusi yang paling efektif untuk mengurangi faktor penghambat minat berasuransi masyarakat kecamatan Cisauk tersebut adalah dengan cara melakukan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya asuransi melalui program

sosialisasi baik itu dilaksanakan oleh pihak perusahaan yang disertai dengan promosi maupun oleh kalangan akademisi seperti mahasiswa, sejalan dengan pernyataan tersebut Seful Darjat selaku warga masyarakat kecamatan Cisauk menyatakan :

*“Insya Allah kalau ada orang yang melakukan sosialisasi bisa membantu saya untuk mengetahui asuransi, karena menurut saya banyak orang tidak berasuransi karena tidak tahu asuransi, seperti saya sendiri juga begitu”*

Pendapat yang sama diungkapkan:

*“Harus nya sosialisasi diadakan, karena sosialisasi sangat membantu untuk bisa meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang asuransi”*

Sedangkan pengetahuan yang ada dan dimiliki oleh Sebagian besar manusia didukung beberapa faktor yang mendorong terbentuknya pengetahuan dalam diri seseorang, diantaranya sebagai berikut:

a) Pendidikan

Pendidikan menurut KBBI adalah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha

mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan. Dari pengertian di atas bahwa peran Pendidikan terhadap pengetahuan seseorang atau kelompok manusia sangatlah besar dikarenakan dalam Pendidikan terdapat proses pendewasaan wawasan dan karakter manusia. Dengan sebab demikian, manusia menjadi manusia yang berpengetahuan.

a) Media

Media merupakan alat ataupun sarana mendapatkan informasi, seperti televisi, koran, radio dan lain-lain. Dengan sebab manusia melihat di media terkait segala hal yang berbau ilmu pengetahuan, maka dengan secara tidak langsung media telah menjadi jembatan atau cara seseorang mendapatkan pengetahuan.

b) Informasi

Informasi bisa menjadi faktor pendorong seseorang mendapatkan pengetahuan di karenakan informasi menurut kmus besar Indonesia yaitu kabar ,penerangan. Dengan di siarkannya informasi melalui media terkait hal-hal baru maka kemungkinan

besar seseorang mendapatkan pengetahuan baru dari apa yang mereka baca, lihat, dan dengar dari media.

Sosialisasi ini sangat penting untuk digalakan baik itu oleh perusahaan asuransi maupun kalangan akademisi seperti mahasiswa. Karena pada dasarnya orang yang tidak sadar akan pentingnya asuransi disebabkan oleh ketidaktahuan mereka terhadap asuransi.

Jadi kesimpulannya bahwa solusi mengurangi faktor yang menghambat minat bersauransi masyarakat kecamatan cisauk yaitu dengan cara:

1. Diadakannya promosi
2. Menciptakan produk asuransi yang preminya murah
3. Diadakannya sosialisasi baik oleh pihak perusahaan maupun mahasiswa tentang pentingnya asuransi