BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Asuransi syariah merupakan prinsip perjanjian berdasarkan hukum islam antara perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi dengan pihak lain, dalam menerima amanah dalam mengelola dan peserta melalui kegiatan investasi yang di selenggarakan sesuai dengan syariah.

Asuransi Syariah di Indonesia dapat dikatakan tumbuh pesat, seiring dengan perkembangan industri keuangan syariah pada umumnya, seperti bank syariah. Asuransi Syariah di Indonesia sendiri mulai lahir tahun 1994 dengan produk asuransi takaful keluarga (*Life Insurance).* Sejak saat itu beberapa perusahaan asuransi mulai mengikuti jejak Asuransi Takaful Indonesia mulai membuka unit usah syariah. Gagasan untuk mendirikan Asuransi islam di Indonesia sebenarnya sudah lama muncul, dan pemikiran tersebut lebih menguat pada saat diresmikannya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992.

Secara historis, asuransi tidak pernah terjadi (ada) pada zaman Nabi Muhammad SAW, sahabat, dan *Tabi'in.* Asuransi pertama kali terjadi pada tahun 1182 M ketika orang-orang yahudi di usir dari Perancis, untuk menjamin resiko barang-barang mereka yang diangkat dari laut. Pada tahun 1680 M di London

diadakan lembaga asuransi kebakaran karena terjadi kebakaran pada tahun 1666 telah menghanguskan sekitar 13.000 rumah dan 100 buah gereja.[1]

Asuransi syariah merupakan suatu usaha penanggulangan resiko yang akan terjadi di masa mendatang yang menerapkan konsep Islam di dalam operasionalnya. Sehingga akan terbebas dari unsur-unsur riba, *gharar* (tidak jelas), *maisir* (perjudian), maupun unsur-unsur yang dilarang oleh *syara'* lainnya. Ketidakpastian dalam literatur keuangan dan investasi identik dengan risiko. Risiko dapat dimaknai sebagai potensi terjadinya suatu peristiwa (*evenis*) yang dapat menimbulkan kerugian. Suatu kemungkinan akan terjadi hasil yang tidak diinginkan yang dapat menimbulkan kerugian apabila tidak diantisipasi dan dikelola sebagaimana semestinya[2]

Di Indonesia, perkembangan asuransi juga semakin berkembang. Lahirnya perusahan asuransi syariah diduga dengan besarnya jumlah penduduk yang beragam islam yang membutuhkan suatu lembaga keuangan Islam sehingga setiap interaksi muamalah yang dilakukannya sesuai dengan syariah, karena pada dasarnya masyarakat muslim memandang operasional asuransi konvensional dengan ragu-ragu, atau bahkan keyakinan bahwa praktek itu cacat dari sudut pandang syariat. Hal ini dikarenakan sejumlah fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga otoritas *fikih* menyatakan ketidakbolehan sistem asuransi konvesional, karena akad mengandung unsur *riba*,

---

[1] Arif Effendi, "Asuransi Syariah di Indonesia (Studi Tentang Peluang ke Depan Industri Asuransi Syariah)", *Wahana Akademika Vol. 3 No. 2*, (Jakarta: Oktober 2016). h. 73.

[2] Rachmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jurnal MD Vol. 3,No. 2 (Juli - Desember 2017) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, h. 182.

spekulasi, kecurangan, dan ketidakjelasan. Sementara akad perusahan asuransi kolektif islam berlandaskan pada asas saling tolong-menolong dan menyumbang, di samping konsisten memegang hukum dan prinsip syariat Islam dalam keseluruhan aktivitasnya dan tunduk pada mekanisme pengawasan syariat. Asuransi kolektif Islam juga tidak menjalankan jasa asuransi dengan orientasi memperoleh keuntungan (*profit oriented*) dan setiap peserta dalam asuransi ini menjadi penanggung sekaligus tertanggung. Sehingga dengan demikian, akad-akadnya bersih dari segala syarat poin yang bertentangan dengan hukum dan prinsip-prinsip syariat Islam.[3]

Asuransi syariah merupakan sikap ta‟awun yang telah diatur dengan sistem yang sangat rapi antara sejumlah besar manusia, dalam mengantisipasi suatu peristiwa. Jika sebagian mereka mengalami peristiwa, maka semuanya saling menolong dalam menghadapi peristiwa tersebut dengan pemberian bantuan oleh masing-masing peristiwa. Dengan pemberian bantuan tersebut, maka dapat menutupi kerugian yang dialami oleh peserta yang tertimpa musibah. Dengan demikian, asuransi merupakan sifat terpuji yaitu saling tolong menolong dalam berbuat kebaikan dan takwa. Dengan al-ta‟mim, mereka saling membantu antar sesama dan menghilangkan rasa khawatir terhadap bahaya atau malapetaka yang merugikan mereka.[4]

[3] Husain Husains Syahatah, *Asuransi Dalam Prespektif islam*, (Jakarta: Sinar Grafika,2006) ,h. 163

[4] Nurani," *Asuransi Dalam Prespektif Islam*," Jurnal Kajian Syariah dan Masyarakat Vol 16

No. 2 (Desember, 2016) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang, h. 34

Salah satu keberhasilan minat peserta asuransi syariah ialah melalui pemasaran. Pemasaran pada asuransi syariah lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina, mengembangkan dan *personal selling* (komunikasi langsung antara penjual dan calon nasabah dan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk sehingga nasabah tertarik untuk membeli produk). Pada umumnya pemasaran asuransi dilakukan melalui agen, agen merupakan seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi atas nama asuransi syariah. [5]

Menurut Pasal 1 ayat 10 UU No. 2 Tahun 1992, maka agen asuransi dapat didefinisikan sebagai seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi syariah untuk dan atas nama penanggung (Perusahaan asuransi). Seorang agen asuransi syariah hanya bisa bekerja untuk perusahaan asuransi saja, berbeda dengan agen lainnya yang bisa memegang dua atau beberapa produk dari perusahaan yang berbeda.

Dalam perusahaan asuransi syariah yang menjadi tenaga penjual untuk memberikan wawancara langsung kepada konsumen dilakukan oleh seorang agen. Menurut M Wahyu Prihartono, agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi.[6] Dimana agen sangatlah berperan terhadap penawaran produk baru pada perusahaan asuransi syariah saat ini, dimana agen memberikan pelayanan dalam pelayanan jasa perlindungan terhadap kebutuhan finansial baik

---

[5] Soemitra Andri *Bank dan Lembaga Kuangan Syariah* (Jakarta: Prenada Media,2019), h.127

[6] M. Wahyu Prihartono, *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi,* (Yogyakarta: Kanisus, 2011), hal. 6

individu maupun kelompok, baik kebutuhan kesehatan maupun berkaitan dengan harta benda. Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar sukses dan memuaskan. Sangat dibutuhkan komitmen atas pekerjaan dengan senantiasa berlatih secara konsisten dan harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang asuransi.[7]

Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis, seorang agen di tuntut mampu menjaga kepercayaan.[8] Agenlah yang berperan dalam memberikan pelayanan dengan membawakan visi dan misi dalam memasarkan asuransi terhadap masyarakat. Dimana seorang agen mempengaruhi tingkat penjualan dalam suatu organisasi, dan juga merupakan ujung tombak pencapaian keberhasilan. Seorang orang agen harus lebih sering berhubungan langsung kepada masyarakat untuk memasarkan dan menawarkan sebuah produk kepada masyarakat sekitar.

Pada perusahaan asuransi sudah jelas bahwa harus mementingkan kepuasan dan kenyamanan kepada konsumen, harus diperlukan dengan adanya agen yang intensif. Sebekum agen terjun kepada masyarakat tehlebih dahulu seorang agen melakukan survey pasar atau dapat melihat dari kepuasan masyarakat sekitar sehingga produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat.

Sistem keagenan telah tumbuh karena jasanya dibutuhkan untuk menyalurkan produk perusahaan asuransi secara efesien. Transaksi dengan masing-masing

---

[7] Surjono Soerono, *Penuntun ke Agenan Asuransi Jiwa edisi IV*, (Jakarta: Dewan Asuransi Indonesia,1998), hal. 8

[8] Superwanto MB, *Rahasia Sukses Agen Top Bumiputra*, (Lembaga Studi Informasi, 2011), hal. 9

perusahaan asuransi merupakan pekerjaan yang melelahkan dan membutuhkan waktu yang tidak sedikit. Untuk mengetahui hal secararinci dan memiliki kemampuan teknis yang diperlukan untuk masalah teknis tersebut tanpa bantuan agen.

Konsumen dapat menerima bantuan yang sangat berharga dari agen saat terjadinya sebuah kerugian yang diterima atau akan menjadi pembela, apabila ternyata pihak perusahaan tidak mau mengakui kerugian tersebut. Disamping itu, agenlah yang dapat membantu para konsumen untuk melakukan perencanaan secara menyeluruh mengenai program asuransi yang dibutuhkannya.[9]

Salah satu hubungan yang paling dekat dengan calon nasabah adalah agen asuransi. Karena naik dan tidaknya pendapatan perusahaan asuransi tergantug kepada peranan agen dalam melakukan kinerja penjualan produk perusahaan asuransi. Agen asuransi diharapkan dapat memahami apa sebenarnya fungsi, kedudukan, tugas dan tanggung jawabnya dalam meningkatkan nasabah asuransi.

Seorang agen juga proaktif dan dapat menciptakan peluang produk asuransi syariah di perusahaannya. Tentunya bukan hal yang mudah untuk dilakukan para agen untuk meningkatkan minat menjadi nasabah asuransi syariah. Oleh karena itu perlu adanya pembinaan dalam mengasah pengetahuan untuk memperluas jaringannya, yang semua itu meningkatkan kinerja asuransi syariah.

Penulis juga ingin mengatahui seberapa banyak peserta di komplek tembong yang mengikuti asuransi syariah dan bagaimana peserta tertarik kepada asuransi syariah dan seberapa pengaruhnya peran agen dalam meningkatkan minat peserta asuransi syariah

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam. Dalam bentuk skripsi dengan judul **”Analisis Pengetahuan dan Peran Agen Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah”**

[9] Muhammad Syakir Sula, *Asuransi (life dan general) Konsep dan Sistem Asuransi Syariah, Gama Insani* (Jakarta: Gema Insani Press, 2004)

B. Rumusan Masalah

Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengemukakan bagaimana peranan agen dalam meningkatkan peserta asuransi syariah yang diluncurkan perusahaan asuransi, sehingga menjadi salah satu produk yang diminati peserta.

Sebagimana halnya kita ketahui bahwa Asuransi Syariah merupakan lembaga yang memberikan dampak positif terhadap pendapatan negara, dalam rangka merespon kebutuhan masyarakat yang bertransaksi secara Islami. Sehingga meningkatkan kepuasan dan kepercayaan peserta terhadap perusahaan Asuransi Syariah.

Berdasarkan pada latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan agen terhadap minat peserta asuransi syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh peran agen terhadap minat peserta asuransi syariah?
3. Seberapa besar pengaruh pengetahuan agen terhadap minat peserta asuransi syariah?
4. Seberapa besar pengaruh peran agen terhadap minat peserta asuransi syariah?

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada agen dalam meningkatkan pengetahuan dan peran untuk memasarkan asuransi syariah terhadap peserta.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Ingin mengetahui pengaruh tingkat pemahaman agen dalam meningkatkan minat peserta Asuransi Syariah
2. Ingin mengetahui pengaruh peran agen dalam minat peserta Asuransi Syariah
3. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat pemahaman agen dalam meningkatkan minat peserta asuransi syariah
4. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh peran agen dalam minat peserta asuransi syariah

E. Manfaat Penelitian

Dari berbagai permasalahan di atas, maka terdapat manfaat dari penelitian ini yang menjadi sebuah sarana informasi antara lain :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini ditujukan sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan teori yang diperoleh diperguruan tinggi, guna disajikan sebagai bahan studi ilmiah dalam rangka penelitian lebih lanjut terutama berkaitan dengan tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi peneliti

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan baru dan pengalaman peneliti mengenai tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah asuransi syariah. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengalaman dalam penelitian selanjutnya.

   b. Bagi para akademisi

      Untuk memberikan konstribusi terhadap kajian mengenai tingkat

pemahaman agen dan peran agen dalam meningkatkan minat nasabah

asuransi syariah. Penelitian ini diharapkan berguna bagi para akademisi dalam mengembangkan teori asuransi syariah dan keagenan.

c. Bagi pihak Asuransi Syariah

Bagi pihak asuransi syariah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan asuransi syariah untuk kemajuan di masa mendatang.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penyusun. Untuk penulis akan menguraikan beberapa kajian pustaka yang releven dengan masalah Strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

Dalam penulisan karya ilmiah, seringkali disertakan tentang keaslian penelitian. Artinya bahwa inti dari penelitian yang akan kita laksanakan bersifat asli, otentik, dan bukan merupakan plagiat.

Dalam membuktikan bahwa penelitian kita adalah karya yang otentik, maka peneliti harus secara terbuka menyatakannya. Yaitu penelitian terdahulu ataupun karya ilmiah yang sudah diteliti sebelumnya. Dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan, selanjutnya akan dibandingkan dengan topik penelitian kita terutama dalam hal metodologi penelitian. Hal apa saja yang mempunyai persamaan, dan dalam hal mana saja penelitian itu mempunyai perbedaan. Perbedaan itulah yang sebenarnya mencerminkan keaslian. Dalam hal ini, fokus penelitian terdahulu yang

dijadikan acuan adalah terkait Strategi Mempertahankan loyalitas peserta. Oleh karena itu, peneliti melakukan beberapa kajian terhadap beberapa hasil penelitian ataupun karya ilmiah, berupa tesis, skripsi, dan jurnal-jurnal melalui internet.

1. Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Noviyarni Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negera Syarif Hidayatullah pada tahun 2011 adalah **"PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH (studi penelitian di PT. Bumi Putera Syariah cabang Ciputat)".** Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kepustakaan dan lapangan dengan menggunakan teknik wawancara. Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni melihat peran agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah sangat berpegaruh besar, karena kesuksesan penjualan sangat tergantung pada kinerja para agen dan dari agenlah secara umum produk asuransi dapat sampai ke nasabah. Agen juga yang dapat menciptakan kebutuhan dan motivasi pembelian nasabah akan produk asuransi. Ini berarti agen sangat berpengaruh besar terhadap meningkatnya nasabah dan keberhasilan sebuah perusahaan asuransi syariah.
2. Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Irma Nur Hastuti Shalihah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga pada tahun 2012 adalah " **PEMAHAMAN DAN IMPLEMENTASI AGEN TERHADAP ETIKA BISNIS ASURANSI SYARIAH (studi di Bumiputera cabang Yogyakarta)".** Penelitian yang dilakukan oleh Irma Nur Hastuti Shalihah menggunakan metode

deskriptif analitik, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah wawancara, angket, studi kepustakaan, metode dokumenter dan pendekatan. Penelitian yang dilakukan oleh Irma Nur Hastuti Shalihah melihat seberapa paham para agen asuransi syariah terhadap etika bisnis dan juga melihat bagaimana agen asuransi syariah mengimplementasi etika bisnis pada kesehariannya. Dari hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan, bahwasannya 80% agen AJB Bumiputera 1912 syariah cabang Yogyakarta telah memahami etika pemasaran, prinsip- prinsip syariah dan kode etik keagenan secara teori, namun dalam implementasinya masih terdapat perilaku dan sikap para agen yang kurang sesuai dengan etika bisnis dan kode etik keagenan di AJB Bumiputera 1912 syariah.

3. Judul penelitian skripsi yang ditulis oleh Winda Rahmawati Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo pada tahun 2015 adalah **"ANALISIS PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN POLIS ASURANSI SYARIAH (Studi Kasus Pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Kantor Cabang Semarang)".** Penelitian yang dilakukan oleh Winda Rahmawati menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah wawancara, observasi dan metode dokumenter. Dari hasil analisis, agen berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dengan selalu menjaga komunikasi yang baik dengan pemegang polis. Namun pada kenyataannya kinerja agen AJB Bumiputera 1912 syariah kantor

cabang Semarang belum maksimal dalam arti ada beberapa hal yang perlu perbaiki antara lain dari segi faktor agen, meliputi pelayanan agen terhadap pemegang polis rendah, sempitnya pangsa pasar agen karena kurangnya jaringan, loyalitas agen terhadap perusahaan rendah.

4. Dari penelitian yang dilakukan oleh Gunistiyo dan Subekti tingkat kesadaran masyarakat tegal dalam berasuransi mencatat bahwa tingkat kesadaran masyarakat dalam berasuransi masih rendah. Kesadaran masyarakat untuk berasuransi dipengaruhi oleh faktor tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan masyarakat. Semakin tinggi tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan masyarakat maka semakin tinggi juga kesadaran masyarakat untuk berasuransi..
5. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Agen Asuransi syariah, yaitu kompetensi pengetahuan, kompetensi skill, dan perilaku agen terhadap loyalitas nasabah asuransi AJB Bumiputera 1912 syariah cabang palmerah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang akan digunakan adalah data primer dengan kuesioner. metode yang digunakan adalah metode SEM (structural equation model). Hasil tes menunjukan bahwa pengetahuan secara parsial mempunyai pengaruh negative yang tidak signifikan. Sedangkan skill memiliki hubungan positif dan signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini sejalan dengan perilaku agen yang juga signifikan mempengaruhi loyalitas. Secara bersamaan ketiga variable ini secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud meninjau lebih dalam tentang tingkat pemahaman dan peran agen dalam meningkatkan minat peserta asuransi syariah. Oleh karena itu penulis tertarik dengan judul **"ANALISIS TINGKAT PENGETAHUAN DAN PERAN AGEN TERHADAP MINAT MENJADI PESERTA ASURANSI SYARIAH" Studi Di Komplek Tembong Indah, Desa Dalung, Kecematan Cipocok Jaya, Kota Serang, Provinsi Banten**

Judul skripsi ini diambil sepenuhnya dari informasi dan permasalahan yang ada saat ini, melalui media elektronik maupun massa, buku-buku, dan majalah. Yang dapat dijadikan acuan untuk menyelesaikan skripsi.

G. Kerangka Pemikiran

Pada umumnya, pemasaran asuransi diselenggarakan mealui *representatives* perusahaan asuransi yang dikenal sebagai agen. Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik.

Agen pemasaran adalah ujung tombak yang berfungsi sebagai penjaga citra perusaaan serta industri asuransi dimata masyarakat. Agen pemasar syariah tidak boleh keliru mempromosikan produk, menginformasikan produk, hingga menjual produk.

Agen asuransi syariah perlu menginvestasikan waktu untuk menjelaskan benfit asuransi syariah kepada masyarakat secara jujur dan terbuka dan bertindak sebagai perencana keuangan dengan meberikan pengetahuan yang memadai kepada

calon peserta asuransi syariah dan harus berupaya cerdas dan kreatif menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik pemahaman asuransi di dalam masyarakat Indonesia yagn tepat sasaran dan menyentuh.

Menurut Eisenhard teori keagenan dilandasi oleh 3 buah asumsi yaitu:

1. Asumsi tentang sifat manusia

   Asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri, memiliki keterbatasan rasionalitas, dan tidak menyukai resiko

2. Asumsi tentang keorganisasian

   Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antara anggota organisasi efesien sebagai kriteria produktivitas.

3. Asumsi tentang informasi

   Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang diperjualbelikan.