

ANALISA PENINGKATAN MINAT TERHADAP PRODUK ASURANSI SYARIAH

Rahmayati

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: rahmayati@umsu.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to find out why the public interest in sharia insurance products is not too high, which is based on various factors of consideration both from the community and from the management of Islamic insurance companies. This study uses a qualitative approach, using data processing techniques based on interviews, observations, and documentation related to this research. The research results obtained are factors that are of interest to the community towards sharia insurance products, which must maintain a good reputation reflecting the quality and quantity of sharia insurance products and this is an assessment of the community itself. So that the better reputation of Islamic insurance will be an attraction for the public interest in Islamic insurance products.

Keywords: *Islamic Insurance, Interest, Influence.*

I. PENDAHULUAN

Asuransi syariah adalah bisnis yang aktivitasnya saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui perikatan sesuai prinsip syariah. Di Indonesia lembaga syariah sekarang berkembang dengan sangat pesat baik itu asuransi ataupun perbankan dan usaha lainnya yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Sula, 2004). Filosofi pada asuransi syariah yaitu lembaga yang tidak bisa terlepas dari semangat sosial dan saling tolong menolong (Ali, 2014).

Pentingnya asuransi syariah bagi kehidupan manusia yaitu sifatnya untuk memberikan perlindungan secara jangka panjang. Tidak satupun manusia yang menginginkan atau merencanakan sebuah hal atau peristiwa yang tidak diinginkan misalnya, sakit, kecelakaan, bahkan kematian. Namun tidak satupun juga manusia dapat mengetahuinya dari awal karena hal tersebut merupakan peristiwa dan yang telah dikuasakan Tuhan sang pencipta. Tetapi manusia dapat memberikan perencanaan untuk mengatasi hal atau peristiwa yang tidak diinginkan tersebut karena peristiwa buruk tersebut tidak dapat dihindari akan tetapi hanya dapat diantisipasi, hal ini merupakan fungsi dari perusahaan asuransi syariah yaitu bersifat saling tolong menolong dan melindungi. Usaha dan upaya menghindari resikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat yaitu pada institusi yang bernama asuransi (Syahatah, 2006).

Apabila ditelaah bahwa keberadaan perusahaan asuransi syariah di Indonesia telah ada selama kurang lebih 24 tahun hingga sekarang dan terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun. Walaupun telah mengalami banyak perkembangan, namun masih banyak masyarakat yang kurang berminat atau masih enggan untuk menggunakan jasa asuransi syariah karena

berbagai alasan pertimbangan, tentunya ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan asuransi syariah untuk dapat memaksimalkan perluasan produknya agar dapat diminati oleh masyarakat luas.

Alasan tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: (a) masyarakat muslim di Indonesia umumnya kurang memahami apa tujuan dari asuransi; (b) Kemudian masyarakat muslim masih anti dengan produk asuransi; (c) Terdapat opini bahwa asuransi itu seperti mendahului kehendak Tuhan; (d) Kurangnya sosialisasi kepada masyarakat mengenai adanya lembaga asuransi syariah juga berdampak pada minat masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah. Akibatnya, informasi yang berkaitan dengan asuransi syariah tidak tersampaikan kepada masyarakat; (e) Faktor ekonomi masyarakat seperti di pedesaan cenderung menengah kebawah, sedangkan dalam jasa asuransi, setiap orang yang mengikuti asuransi diwajibkan membayar premi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat; (f) Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah mengenai risiko yang akan datang dikemudian hari. Hal ini dikarenakan asuransi dianggap bukan sebagai kebutuhan yang utama tapi sebagai kebutuhan pelengkap.

Minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Selain itu minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka dapat bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu yang akan menguntungkan mereka merasa berminat. Artinya apabila minat masyarakat meningkat maka produk asuransi syariah dapat dinikmati masyarakat secara luas, bahkan menjadi kebutuhan utama. Tidak hanya bagi masyarakat yang berpenghasilan menengah ke atas namun bagi masyarakat menengah ke bawah juga karena setiap orang diperlukan asuransi untuk memberikan keamanan dan tingkat risiko yang lebih rendah karena setiap risiko tidak dapat dihilangkan atau dihindari namun dilindungi dalam masa yang tidak dapat diidentifikasi dengan pasti.

II. METODE PENELITIAN

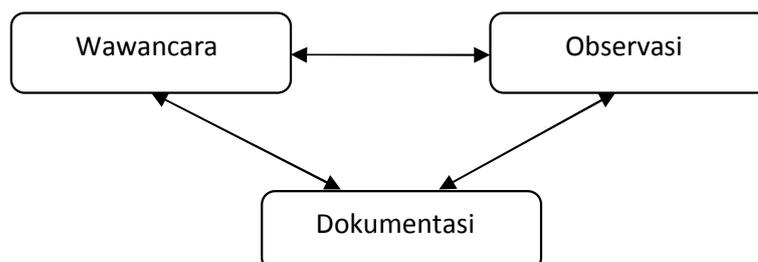
Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data verbal bukan angka. Teknik penelitian ini yaitu menggunakan tahap-tahap yaitu wawancara, observasi, dokumentasi. Teknik analisis data dalam penulisan ini dilakukan secara deskriptif analisis, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan cara memaparkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan lapangan, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan memberikan kesimpulan. Dalam hal pemeriksaan keabsahan temuan yaitu diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Ada empat kriteria yang digunakan yaitu, derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Penelitian ini menggunakan dua kriteria yaitu derajat kepercayaan dan kepastian

Uji keabsahan data menggunakan kriteria derajat kepercayaan (*credibility*) penelitian ini menggunakan dua teknik pemeriksaan data yaitu ketekunan pengamatan dan triangulasi. Ketekunan pengamatan berarti mencari secara konsisten interpretasi dengan berbagai cara dalam kaitan dengan proses analisis yang konstan atau tentatif. Ketekunan pengamatan

bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. Hal itu berarti peneliti hendaknya mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Pada penelitian ini yang digunakan yaitu triangulasi metode pengumpulan data dan triangulasi sumber data.

Triangulasi Metode Pengumpulan Data yaitu sebagai berikut:



Triangulasi sumber data merupakan membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah hasil wawancara dari penelitian dengan pihak perusahaan asuransi dan masyarakat:

1. Apakah produk yang ada di Asuransi Syariah dapat mudah di pahami masyarakat awam?

Jawaban: Asuransi Syariah memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan produknya dalam masyarakat.

2. Apakah produk yang ada di Asuransi Syariah telah dijalankan sesuai dengan hukum syariah?

Jawaban: Produk asuransi syariah telah dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan rancangan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam, sesuai dengan surat keputusan kementerian keuangan Indonesia No. 241-KMK.017/1995 Tanggal 1 Juni 1995. Yang memiliki 2 akad yaitu akad *tabarru'* dan *tijarah* yaitu tolong menolong dan *non profit oriented*.

3. Apakah produk yang tersedia di Asuransi Syariah telah terbukti menjadi penolong bagi masyarakat?

Jawaban: Asuransi Syariah memberikan santunan meninggal dunia atau cacat total sementara dan tetap, dan, jika nasabah meninggal dunia sebelum berusia 99 tahun maka akan mendapatkan manfaat santunan asuransi dan manfaat nilai tunai serta jika peserta yang diasuransikan hidup sampai dengan tanggal akhir pertanggunganaan maka akan mendapatkan manfaat nilai tunai.

4. Apakah *agency* yang melakukan promosi produk asuransi syariah sudah menyampaikan penjelasan produk tersebut dengan rinci?

Jawaban: Agency Asuransi Syariah adalah *agency* yang memiliki ilmu pengetahuan asuransi secara baik. *Agency* yang melakukan promosi dan memberikan penjelasan kepada masyarakat telah melakukan hal tersebut sesuai dengan prosedur.

5. Apakah penyebaran promosi sudah mumpuni untuk diketahui oleh keseluruhan masyarakat?

Jawaban: Sangat mumpuni, dikarenakan promosi yang dilakukan perusahaan asuransi syariah tidak hanya melalui *agency* tetapi juga seminar, website, brosur dan lainnya.

6. Apakah kegiatan promosi dilakukan bersamaan dengan kegiatan seminar mengenai asuransi syariah?

Jawaban: Ya, benar. Seminar umum kepada masyarakat di daerah yang masyarakatnya kurang memahami asuransi seperti di kawasan pesisir atau pedesaan.

7. Apakah masyarakat yang berpendapatan dibawah rata-rata bisa berkesempatan untuk menjadi nasabah asuransi syariah?

Jawaban: Bisa, dikarekan dalam asuransi syariah calon nasabah diberikan pilihan pembayaran premi sesuai dengan kesanggupan mereka masing-masing.

8. Apakah pendapatan berpengaruh pada masyarakat dalam pembayaran jumlah premi?

Jawaban: Ya, jelas. Pembayaran premi disesuaikan dengan kesanggupan calon nasabah itu sendiri.

9. Apakah dengan berasuransi bisa membuat masyarakat terjamin hidupnya dimasa yang akan datang?

Jawaban: Insyaallah bisa, dikarenakan fungsi asuransi itu sendiri.

10. Bagaimana minat masyarakat terhadap produk asuransi Syariah?

Jawaban: Sejauh ini minat masyarakat dalam berasuransi masih rendah dikarenakan timbulnya beberapa faktor, misalnya masyarakat yang masih takut karena pengalaman berasuransi mereka diasuransi sebelumnya. Namun sampai saat ini peningkatan jumlah nasabah terus naik secara signifikan.

Dari hasil penelitian didapat bahwa pihak Asuransi Syariah sudah memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan produknya pada masyarakat, hal ini terbukti bahwa tidak semua masyarakat belum mengetahui tentang produk Asuransi Jiwa Syariah yang merupakan kebutuhan jangka panjang. Strategi perusahaan Asuransi Syariah dalam melakukan promosi yaitu dengan melakukan: Pihak *agency* dalam melakukan promosi produk sudah dilakukan secara rinci kepada masyarakat dan telah melakukan hal tersebut sesuai dengan prosedur, *Agency* juga memiliki ilmu pengetahuan yang baik/mumpuni untuk menjelaskan produk secara detail mengenai prosedur serta persyaratan yang tertera pada produk tersebut. Kegiatan Promosi dilakukan tidak hanya melalui *agency* tetapi juga seminar kepada masyarakat pedesaan yang belum terlalu memahami asuransi.

Adapun Strategi promosi dilakukan melalui website yang dapat dilihat pada internet, brosur yang bisa didapat dari sebaran yang dilakukan oleh *agency*, dan iklan yang dapat kita lihat di televisi, gadget, spanduk serta yang lainnya. Kegiatan promosi juga dilakukan secara bersamaan disetiap adanya kegiatan seminar umum mengenai asuransi. Pihak Asuransi prudential menempatkan sasaran untuk melakukan seminar umum pada masyarakat pesisir yang pengetahuannya rendah mengenai Asuransi Syariah yang tujuannya untuk kebutuhan jangka panjang masyarakat. Masyarakat masih beranggapan bahwa pendapatan berpengaruh

jika masyarakat bergabung untuk menjadi nasabah. Pada kenyataannya sistem Asuransi syariah berprinsip saling tolong-menolong, dari prinsip tersebut dapat dikatakan bahwa asuransi syariah adalah tabungan jangka panjang untuk dimasa yang akan datang. Dengan mengikuti asuransi, masyarakat akan terjamin dimasa yang akan datang sesuai dengan fungsi yang diberikan oleh asuransi itu sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berasuransi syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap informan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah bahwa perusahaan asuransi memiliki peran penting bagi masyarakat, dikarenakan sistem asuransi syariah yang berprinsip saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang /pihak melalui investasi dalam bentuk asset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai syariah.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Untuk meningkatkan minat masyarakat pada produk asuransi syariah, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah yaitu *pertama* produk yang dipasarkan kepada konsumen atau masyarakat. *Kedua* promosi yang dilakukan oleh *agency* kepada masyarakat yang sudah mengenal dan menggunakan jasa asuransi maupun yang belum memahami apa itu asuransi, *ketiga* pendapatan masyarakat tidak memiliki pengaruh ketika masyarakat itu menjadi nasabah dikarenakan jumlah pembayaran premi dapat disesuaikan dengan jumlah pendapatan calon nasabah/nasabah.
2. Terkait dengan strategi promosi produk, kegiatan Promosi dilakukan tidak hanya melalui *agency* tetapi juga seminar kepada masyarakat pedesaan yang belum terlalu memahami asuransi. Adapun Strategi promosi yang dilakukan melalui website yang dapat dilihat pada internet, brosur yang bisa didapat dari sebaran yang dilakukan oleh *agency*, dan iklan yang dapat kita lihat di televisi, gadget, spanduk serta yang lainnya. Kegiatan promosi juga dilakukan secara bersamaan disetiap adanya kegiatan seminar umum mengenai asuransi.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka dapat direkomendasikan sebagai berikut:

1. Manajemen dari perusahaan asuransi syariah yaitu agar melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik minat masyarakat mengenai produk asuransi jiwa syariah. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak asuransi syariah adalah dengan melakukan kegiatan bazaar disetiap akhir pekan, dimana dalam bazaar tersebut penjelasan diberikan kepada setiap masyarakat yang hadir didalam kegiatan bazaar tersebut.
2. Manajemen perusahaan asuransi syariah agar meningkatkan kegiatan promosi dan seminar kepada masyarakat yang membutuhkan informasi mengenai asuransi jiwa syariah, agar masyarakat yang ingin menjadi nasabah asuransi syariah dapat memahami prinsip asuransi jiwa syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat sudah terlanjur kecewa oleh pihak asuransi yang mereka gunakan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sula, Muhammad Syakir. (2004). Asuransi Syariah Konsep Dan Sistem Operasional. Jakarta: GIP.
- Ali, Hasan AM. (2014). Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam. Jakarta: Kencana.
- Syahatah, Husain. (2006). Asuransi Dalam Perspektif Syariah. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Suhendi, Hendi dan Yusuf, Deni K. (2005). Asuransi Takaful dari Teoritis Ke Praktik. Bandung: Mimbar Pustaka.
- Salim, Abbas. (1995). Dasar-dasar Asuransi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy, (2014). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Press.
- Murtika, I ketut dan Prakoso, Djoko. (2000). Hukum Asuransi Indonesia. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Muthahhari, Murtadha. (1995). Pandangan Islam Tentang Asuransi dan Riba, Terjemah: Irwan Kurniawan, Ar-Riba Wa At-Ta'min, Bandung: Pustaka Hidayah.
- Muhaimin, Iqbal. (2005). Asuransi Umum Syariah dalam Praktik. Jakarta: Gema Insani Press.
- Jazwari, Yadi dan H. A. Dzajuli. (2002). Lembaga-lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hermansyah. (2006). Hukum Perbankan Nasional Indonesia. Jakarta: Kencana.
- Dewi, Gemala. (2004). Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia. Jakarta: Prenada Media.
- Ali, A. Hasyim. (1993). Bidang Usaha Asuransi, cet 1, Jakarta: Bumi Askara.
- DSN-MUI dan Bank Indonesia. *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Edisi Revisi 2006*. Jakarta: DSN-MUI. 2006.
- Undang-Undang No 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian.