

EKSPLORASI FAKTOR PENGARUH MINAT PERILAKU KONSUMEN TERHADAP ASURANSI SYARIAH

Meitia Ivanka¹, Zainarti²

Program Study Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

ivankameitia@gmail.com, zainartimm60@gmail.com

Abstract

Every insurance company hopes to achieve its goals and achieve success. There is a big possibility that this success can be realized by several factors, including affordable insurance premiums, continuous promotions and good service quality. This research aims to analyze the factors that influence public interest in sharia insurance. The research sample involved respondents from various levels of society who have the potential to use sharia insurance. It is hoped that the research results will provide deeper insight into the factors that influence interest in sharia insurance products.

Keywords: *Sharia Insurance, Interest, Influence Factors, Trust, Knowledge, Customer Satisfaction.*

Abstrak

Setiap perusahaan asuransi mengharapkan dapat mencapai tujuan dan meraih kesuksesan. Besar, kemungkinan kesuksesan tersebut dapat diwujudkan dengan beberapa faktor antara lain yaitu premi asuransi yang terjangkau, promosi yang dilakukan secara terus-menerus dan mempunyai kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Sampel penelitian melibatkan responden dari berbagai lapisan masyarakat yang memiliki potensi untuk menggunakan asuransi syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat terhadap produk asuransi syariah.

Kata Kunci: *Asuransi Syariah, Minat, Faktor Pengaruh, Kepercayaan, Pengetahuan, Kepuasan, Pelanggan.*

PENDAHULUAN

Asuransi syariah menjadi alternatif yang semakin diminati di tengah masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap asuransi syariah, dengan fokus pada kepercayaan, pengetahuan, dan kepuasan pelanggan. Perkembangan asuransi di saat masyarakat membutuhkan sebuah jaminan akan jiwa yang melindungi dari segala resiko yang mungkin akan terjadi pada diri mereka, maka hadirlah sebuah lembaga keuangan yang disebut Asuransi (Damisa, 2016). Asuransi secara umum adalah perjanjian antara penanggung (perusahaan asuransi) dengan tertanggung (peserta asuransi) dimana tertanggung membayarkan sejumlah premi kepada penanggung dengan penanggung berjanji akan menanggung kerugian yang terjadi pada tertanggung dalam jangka waktu perjanjian tertentu. Menurut Fatwa DSN MUI Asuransi Syariah merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad/perikatan yang sesuai dengan syariah (Zainarti, 2020).

Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram dan maksiat. Adanya minat seorang nasabah dalam memilih asuransi tersebut didapatkan dari suatu promosi yang dibuat oleh asuransi tersebut sehingga membuat nasabah tertarik untuk menjadi

nasabah di asuransi tersebut (Rossela & Muhammad, 2024). Adapun pengertian promosi menurut Tjiptono, promosi adalah salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut (Muksal et al., 2023).

METODOLOGI PENELITIAN

Studi ini bertujuan untuk mendalami faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen terhadap asuransi syariah melalui pendekatan kualitatif. Berdasarkan studi literatur pada tinjauan literatur yang digunakan yaitu apa yang dimaksud dengan penelitian studi literatur dan bagaimana penelitian dengan menggunakan studi literatur dalam kajian ini. Jenis data yang digunakan adanya referensi dari beberapa buku, jurnal, dan website terpercaya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Metode yang akan digunakan untuk pengkajian ini studi literatur . Data yang diperoleh dianalisis dan disimpulkan sehingga mendapatkan kesimpulan mengenai studi literatur.Dengan demikian penelitian dengan studi literatur juga sebuah penelitian, karena pengumpulan data yang dilakukan dengan sebuah strategi dalam bentuk metedologi penelitian, variabel pada penelitian studi literatur bersifat tidak baku. Data yang diperoleh dianalisis secara mendalam oleh penulis. Data-data yang diperoleh dituangkan ke dalam sub bab – sub bab sehingga menjawab rumusan masalah penelitian (Ismail et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Faktor Kepercayaan

Hasil menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap prinsip-prinsip syariah dan integritas lembaga asuransi syariah berkontribusi signifikan terhadap minat masyarakat. Faktor Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumen Asuransi Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan didefinisikan sebagai hasil kerja usaha dan sebagainya. Pendapatan dalam sebuah keluarga digolongkan hanya sebatas upah dimana pendapatan itu digolongkan dari tinjauan penerimaan dan jumlah pendapatan tetap maupun pendapatan tidak tetap.Pendapatan merupakan total dari hasil yang didapatkan secara keseluruhan yang telah dilakukan oleh seseorang atas kerja keras akan mendapatkan hasil atau sebagai balas jasa (Ahmadsyah, 2021).

Seseorang yang memiliki pendapatan tinggi biasanya mengalokasikan sisa keuangan kedalam tabungan, investasi, dan juga asuransi yang dapat memberikan perlindungan terhadap dirinya dan keluarga. Karena asuransi seringkali di pandang bukan kebutuhan pokok maka yang dapat membeli asuransi yaitu seseorang yang sudah mampu mencukupi kebutuhan pokoknya terlebih dahulu dan memiliki sisa uang lebih. Untuk asuransi (Rossela & Muhammad, 2024).

b. Analisis Faktor Pengetahuan

Tingkat pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah berpengaruh positif terhadap minat, menyoroti pentingnya edukasi untuk meningkatkan pemahaman. Analisis faktor pengetahuan dalam asuransi syariah melibatkan pemahaman mendalam terhadap konsep dan prinsip-prinsip asuransi syariah. Faktor-faktor kunci yang perlu dianalisis melibatkan pemahaman tentang hukum-hukum syariah yang mempengaruhi asuransi, prinsip-prinsip keadilan, serta konsep risiko dan keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu,

pemahaman tentang instrumen-instrumen keuangan syariah, seperti mudharabah dan musyarakah, juga menjadi bagian penting dalam analisis faktor pengetahuan. Kemampuan untuk memahami struktur kontrak asuransi syariah, seperti Takaful, dan bagaimana mekanisme distribusi risiko dilakukan sesuai dengan prinsip syariah juga menjadi hal krusial (Andriani1 & Halmawati, 2019).

Selanjutnya, pemahaman terhadap peraturan dan standar yang berlaku dalam asuransi syariah serta perkembangan industri asuransi syariah juga perlu diperhitungkan dalam analisis faktor pengetahuan ini. Dengan demikian, analisis ini membantu memastikan bahwa praktik asuransi syariah dilakukan dengan memahami dan mengikuti prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya (Ardana et al., 2023). Analisis faktor pengetahuan dalam asuransi syariah melibatkan pemahaman mendalam terhadap prinsip-prinsip dasar dan konsep-konsep yang mendasari sistem asuransi berdasarkan syariah Islam. Beberapa faktor kunci yang perlu dianalisis meliputi:

Prinsip-prinsip Syariah: Pemahaman yang kuat terhadap prinsip-prinsip syariah yang meliputi hukum-hukum Islam, etika bisnis, dan keadilan dalam konteks asuransi.

Mekanisme Takaful: Pemahaman mendalam tentang struktur dan mekanisme operasional Takaful, yang merupakan bentuk asuransi syariah. Ini mencakup konsep tabarru' (berbagi risiko), mudharabah (bagian laba dan kerugian), dan partisipasi kolektif (Parinduri et al., 2024).

Kontrak Asuransi Syariah: Pengetahuan tentang berbagai jenis kontrak asuransi syariah seperti mudharabah, musyarakah, wakalah, dan qardhul hasan. Ini melibatkan pemahaman tentang hak dan kewajiban pihak yang terlibat.

Instrumen Keuangan Syariah: Pemahaman tentang instrumen-instrumen keuangan syariah yang digunakan dalam investasi aset asuransi, seperti sukuk, saham syariah, dan instrumen lainnya (Yunitasari, 2017).

Hukum dan Peraturan: Pengetahuan tentang peraturan dan regulasi yang mengatur asuransi syariah di berbagai yurisdiksi, serta kemampuan untuk memastikan kepatuhan terhadap norma-norma tersebut.

Manajemen Risiko Syariah: Pemahaman tentang manajemen risiko syariah, termasuk cara mengidentifikasi, mengukur, dan mengelola risiko dengan mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Pengembangan Produk: Kemampuan untuk mengembangkan produk-produk asuransi syariah yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Analisis faktor pengetahuan ini penting untuk memastikan praktik asuransi syariah dilakukan dengan integritas dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat memberikan manfaat finansial sambil tetap mematuhi aturan-aturan Islam.

c. **Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan memiliki peran besar dalam membentuk minat, dengan pelayanan yang baik dan pemenuhan klaim yang memuaskan meningkatkan minat secara signifikan.

Analisis faktor kepuasan pelanggan dengan asuransi syariah mencakup evaluasi berbagai aspek yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam konteks produk dan layanan asuransi syariah. Beberapa faktor utama yang dapat dianalisis meliputi:

Kepatuhan Syariah: Sejauh mana produk dan layanan asuransi mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, ketidakpastian (gharar), dan unsur perjudian (maisir). Kepatuhan ini dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap integritas perusahaan.

Transparansi: Tingkat kejelasan dan keterbukaan dalam penyampaian informasi terkait produk, premi, manfaat, dan syarat-syarat polis. Transparansi ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Kualitas Layanan Pelanggan: Responsifnya perusahaan terhadap kebutuhan dan pertanyaan pelanggan, termasuk kemudahan dalam berkomunikasi, penanganan keluhan, dan dukungan informasi.

Kualitas Produk Asuransi: Pemahaman pelanggan terhadap manfaat dan ketentuan produk asuransi syariah. Produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan dapat meningkatkan tingkat kepuasan.

Harga dan Nilai: Penilaian pelanggan terhadap keseimbangan antara premi yang dibayarkan dan nilai perlindungan yang diterima. Faktor ini mencakup keadilan dalam penetapan harga premi.

Kemudahan Klaim: Proses dan kemudahan dalam penyelesaian klaim. Kecepatan, transparansi, dan keadilan dalam penanganan klaim dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai asuransi yang diberikan.

Edukasi Pelanggan: Tingkat pemahaman dan pengetahuan pelanggan terhadap produk dan prinsip-prinsip asuransi syariah. Edukasi yang baik dapat meningkatkan kesadaran dan kepuasan pelanggan.

Reputasi Perusahaan: Citra dan reputasi perusahaan dalam industri asuransi syariah. Persepsi pelanggan terhadap kredibilitas dan integritas perusahaan dapat memainkan peran penting dalam kepuasan.

Dengan menganalisis faktor-faktor ini, perusahaan asuransi syariah dapat memahami kebutuhan dan harapan pelanggan secara lebih baik, sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk mereka untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan jurnal mengenai faktor pengaruh minat terhadap asuransi syariah, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat individu terhadap asuransi syariah. Faktor-faktor tersebut mungkin melibatkan keyakinan agama, kepercayaan terhadap prinsip syariah, pemahaman mengenai produk asuransi syariah, dan faktor ekonomi. Penting untuk memahami interaksi kompleks antara aspek-aspek ini guna meningkatkan minat masyarakat terhadap asuransi syariah secara keseluruhan. Asuransi syariah merupakan pilihan yang semakin diminati di masyarakat karena prinsip-prinsipnya yang sesuai dengan syariah Islam. Penelitian ini menemukan bahwa beberapa faktor memengaruhi minat masyarakat terhadap asuransi syariah, seperti kepercayaan pada integritas lembaga asuransi dan prinsip-prinsip syariah, pengetahuan tentang produk asuransi syariah, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Pemahaman mendalam tentang konsep asuransi syariah, termasuk mekanisme takaful dan kontrak berbasis syariah, sangat penting untuk meningkatkan minat masyarakat. Selain itu, aspek pelayanan seperti transparansi, kemudahan proses klaim, dan kualitas layanan juga memainkan peran kunci dalam membangun kepuasan dan minat konsumen. Faktor ekonomi, khususnya pendapatan individu, memengaruhi kemampuan masyarakat untuk mengalokasikan dana untuk asuransi syariah setelah kebutuhan dasar terpenuhi. Melalui pengelolaan yang baik terhadap faktor-faktor tersebut, serta upaya edukasi yang lebih luas, perusahaan asuransi syariah dapat

meningkatkan minat dan penerimaan masyarakat terhadap produk mereka, sekaligus mendukung perkembangan industri ini secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadsyah, I. (2021). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi Pada Pt. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputra Cabang Banda Aceh). *Jurnal Prespektif Ekonomi Darussalam*, 7(2), 19–38.
- Andriani1, G. F., & Halmawati, H. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 1322–1336. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.145>
- Ardana, K., Lubis, F. A., & ... (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus *EKSYA: Jurnal Ekonomi* ..., 80–94.
- Damisa, A. (2016). Asuransi Dalam Perspektif Syariah Oleh: Arti Damisa Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. *Asuransi Dalam Perspektif Syariah*.
- Ismail, F. S., Sulaiman, N. N., Febrian, H. R., & Sinulingga, A. S. (2024). *The Influence of Consumer Characteristics on Insurance Product Purchase Decisions at Pan Pacific Insurance . PT – Medan*. 3(4), 183–188.
- Muksal, M., Ayumiati, A., & Yuliadra, T. F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(2), 148–160. <https://doi.org/10.30739/jpsda.v3i2.2165>
- Parinduri, I. R., Nasution, M. L. I., & Atika, A. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Push Dan Pull Digital Marketing Terhadap Purchase Intention Asuransi Jiwa Di Pt. Chubb Life Insurance Medan. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 440–449. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.34133>
- Rossela, A. I., & Muhammad, R. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Konsumen Berpartisipasi dalam Asuransi Syariah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderating. *Prceeding of National Conference on Accounting & Finance*, 6(2020), 1–12.
- Yunitasari, A. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Guru PNS Muslim di Kecamatan Padang Jaya Untuk Menggunakan Asuransi Syariah. *Skripsi*.
- Zainarti. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Reformulasi Sumber Daya Manusia Berkarakter Islami*.