FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MASYARAKAT KOTA PALEMBANG DALAM MEMILIH ASURANSI JIWA SYARIAH

Allinaida Pratiwi¹, Ulil Amri²

¹Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia
E-mail: allinaida29@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia
E-mail: ulilamri_uin@radenfatah.ac.id

Abstract

Islamic life insurance is increasingly becoming a major concern in the global financial industry, especially in countries with a majority Muslim population. This research aims to identify factors that influence people's interest in choosing sharia life insurance. Through a quantitative approach, primary data was collected from randomly selected respondents in the city of Palembang. The method used in collecting data is through a questionnaire using a Likert scale. Through the characteristics of sharia insurance users with a period of less than 1 year to more than 5 years and customers who have not yet become customers. The sample consisted of 120 respondents using purposive sampling technique. The Path Coefficient shows that Company Image and Products have a positive and significant influence on public interest. Meanwhile, the premium price has no positive and significant effect on people's interest in choosing sharia insurance in the city of Palembang.

Keywords: *Factors Affecting, Sharia Life Insurance, Palembang City Community*

1. PENDAHULUAN

Tantangan yang dihadapi oleh dunia asuransi Indonesia makin menguat dengan banyaknya serbuan asuransi asing sebagai dampak langsung globalisasi. Di era mendatang atau dikenal sebagai era globalisasi, perusahaan asuransi/reasuransi Indonesia selain menghadapi serbuan dari perusahaan asuransi/reasuransi asing yang memiliki permodalan yang kuat, serta teknologi dan sumber daya manusia yang handal, juga berpeluang untuk beroperasi mengembangkan bisnis asuransi/reasuransi di negara-negara lain.

Pertumbuhan asuransi syariah sebagai salah satu instrumen keuangan syariah tidak secepat pertumbuhan perbankan syariah. Walaupun demikian, pertumbuhan industri asuransi syariah baik di Indonesia maupun di dunia menunjukkan peningkatan yang signifikan. Di tengah perdebatan status

hukum asuransi, asuransi berbasis tolong-menolong dan bebas riba menjadi alternatif bagi mereka yang menghendaki transaksi ekonomi yang halal. Semakin meningkatnya apresiasi masyarakat terhadap sistem ekonomi berbasis syariah ini, memungkinkan pertumbuhan asuransi syariah lebih cepat di masa yang akan datang (Al-Dasûkî, 1967).

Asuransi konvensional maupun asuransi syariah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang penghimpunan dan penyaluran dana, sebenarnya perbedaan utama dari asuransi syariah dan konvensional terletak pada tujuan dan landasan operasional. Dari aspek landasan operasional, asuransi konvensional melandaskan pada peraturan perundangan, sementara asuransi syariah melandaskan pada peraturan perundangan dan ketentuan syariah. Adapun yang menjadi perbedaan pokok antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional adalah para peserta yang bertanggung jawab diantara mereka sendiri (Maksum, 2011).

Pada hakikatnya, secara teoritis semangat yang terkandung dalam sebuah lembaga asuransi tidak bisa terlepas dari semangat sosial dan saling tolong menolong. Usaha dan upaya menghindari resikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat yaitu pada institusi yang bernama asuransi Syariah dinilai lebih kebal terhadap masalah gagal bayar karena telah memiliki dana talangan internal namun data OJK memaparkan asuransi syariah hanya menguasai 5,3% dari pangsa pasar asuransi nasional. Selain itu terdapat beberapa fenomena mengenai asuransi pada umumnya yang makin memperburuk stigma masyarakat terhadap lembaga asuransi, untuk asuransi syariah terkhususnya.

Dilihat dari Kecilnya market share asuransi syariah di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah minimnya permodalan yang dimiliki oleh asuransi syariah di Indonesia, rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya asuransi, rendahnya aksesibilitas masyarakat terhadap produk asuransi syariah dan juga sedikitnya produk-produk asuransi syariah yang bisa dijangkau oleh masyarakat kelas menengah ataupun menengah kebawah. Selain itu, literasi masyarakat Indonesia tentang asuransi juga masih sangat kecil.

Menurut survei nasional literasi keuangan nasional (SNLKI) pada tahun 2016, inklusi asuransi di tengah masyarakat Indonesia hanya 12,08% dan hanya naik 0,21% dari tahun 2011. Kemudian, indeks literasi dan inklusi asuransi Syariah di Indonesia hanya 2,51% dan 1,92%. Dari survei yang dilakukann oleh OJK tersebut kita bisa mengetahui bahwa, inklusi asuransi secara umum masih sangat kecil terlebih lagi inklusi dan literasi asuransi syariah di Indonesia. Meskipun demikian, Indonesia sebagai populasi

muslim terbesar di dunia memiliki peluang yang besar untuk pertumbuhan asuransi syariah yang tentunya dengan dukungan pemerintah dalam membantu perusahaan asuransi mengembangkan pangsa pasarnya (Ramadhani, 2015).

Pada penelitian terdahulu pula sudah banyak ditemui peneliti yang meneliti upaya-upaya atau faktor-faktor pendukung minat masyarakat dalam berasuransi syariah terutamanya dalam segi manajemen marketing salah satunya penelitian oleh Nurul Rahmania (2020) mengenai faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah yang memang dinilai menjadi garda depan dalam suatu lembaga usaha, salah satunya yaitu faktor citra perusahaan, faktor produk yang beragam, dan juga harga premi dengan hasil berpengaruh signifikan dan ada pula yang tidak berpengaruh. Adapun Penelitian Rahmawati (2017) menjelaskan bahwa untuk menarik minat calon nasabah, perusahaan asuransi jiwa syariah harus lebih cerdas dalam merancang strategi pasar. Hal ini dapat dilihat berdasarkan fenomena beberapa respon perilaku dari nasabah asuransi syariah dalam hal penentuan asuransi pilihannya memang sangat sulit untuk dipastikan. Untuk itu perlu segmentasi yang lebih kuat dengan mempelajari karakteristik nasabah per segmen pasar guna bisa memuaskan segmen mana yang akan dijadikan target pasar.

Peneliti menyajikan beberapa *research gap* sebagai pendukung dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel.1 Research Gap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Suatu Produk

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
Erita Kurniayawati (2017)	Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Premi terhadap Minat Beli yang berdampak pada Kepuasan Pelanggan PT. Asuransi Cigna di Jakarta.	Berpengaruh Positif Signifikan.
Rizki Zulkifli (2021)	Pengaruh Premi Asuransi, Citra Perusahaan, Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Layanan Promosi terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Syariah	Berpengaruh Negatif
Yeni Yulia Sella (2016)	Pengaruh Besaran Premi dan Resiko Asuransi terhadap Minat Nasabah Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang	Berpengaruh Positif Signifikan

Sriutami Hati Ningsih (2020)	Pengaruh Akad Asuransi, Harga Premi, dan Risiko terhadap Minat Nasabah Asuransi Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam	Tidak Berpengaruh Signifikan
Imron Rosadi (2019)	Pengaruh Faktor Produk dan Promosi terhadap Minat	Berpengaruh Positif Signifikan

Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini sebagai landasan awal yang diharapkan mampu menjadi acuan perusahaan asuransi syariah dan tentunya guna mendukung asuransi syariah Indonesia menuju AFAS 2025.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Penelitian survey adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan pertanyaan yang terstruktur dan sistematis yang sama kepada orang banyak dan jawaban tersebut akan diolah dan dianalisis. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan agar dapat mengetahui berbagai fakta yang ada menggunakan angka-angka dengan mengetahui karakteristik kelompok atau individu (Sugiyono, 2018).

Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah metode Non probability sampling dengan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dengan sengaja namun dengan kriteria-kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2018). Dalam hal ini, jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 120 responden. Adapun yang menjadi teknik dalam pengumpulan data yang dipakai dengan penelitian kuantitatif yaitu melalui kuisioner dan angket. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena yang telah diamati. Adapun instrumen dalam penelitian ini adalah kuisioner berisikan berbagai pertanyaan yang diukur melalui skala likert, dengan indikator dari variabel-variabel penelitian yang ada (Supomo & Indriyanto, 2009).

Sedangkan Untuk mengukur variabel citra perusahaan, harga premi, dan produk, digunakan angket dalam bentuk skala likert dengan lternatif jawaban disusun dan dipilih berdasarkan bobot skor, yaitu : mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju/STS), 2 (Tidak Setuju/TS), 3 (Netral/N), 4 (Setuju/S), dan 5 (Sangat Setuju/SS). Pada penelitian ini skala likerts bertujuan untuk mengukur beberapa variabel yang memengaruhi minat masyarakat dalam

memilih asuransi jiwa syariah dikota Palembang. Data yang sudah terkumpul dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik, pengelolaan data pada penelitian ini akan menggunakan software SMART PLS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Palembang yang telah maupun yang pernah menjadi nasabah asuransi syariah di kota Palembang. Karakteristik responden yang diungkapkan didalam penelitian adalah: Nama, jenis kelamin, Pendidikan terakhir, Usia, Pekerjaan, Pendapatan perbulan, dan lama menjadi nasabah asuransi syariah di kota Palembang.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin karakteristik responden berdasarkan usia dapat digambarkan seperti berikut ini:

Tabel 2. Karakter Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Perempuan	56	46,7 %
2	Laki – Laki	64	53,3 %

Sumber: Data diolah tahun 2023

Tabel tersebut menunjukkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 47,7% lebih sedikit dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 53,3%.

Karakteristik responden berdasarkan jenis Pendidikan terakhir digambarkan seperti berikut ini:

Tabel 3. Karakter Responden Menurut Jenis Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Freskuensi	Presentase
1	SD	0	0 %
2	SMP	2	1,7 %
3	SMA/MA/K	30	25%
4	S1	52	43,3 %
5	S2	29	24,2 %
6	S3	7	5,8 %

Sumber: data diolah tahun 2023

Mayoritas responden berdasarkan pendidikan terakhir pada penelitian ini adalah lulusan sarjana atau sebesar 43,3% dan jumlah paling sedikit yaitu responden lulusan SMP.

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan adalah sebagai berikut ini

Tabel 4. Karakter Responden Menurut Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Freskuensi	Presentase
1	PNS/TNI/POLRI	34	28.3%
2	Wirausaha	23	19.2 %
3	Karyawan Swasta	20	16.7 %
4	Pengurus Rumah Tangga	12	10 %
5	Lainnya	31	25.3%

Sumber: data diolah tahun 2023

Mayoritas responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini didominasi oleh PNS/TNI/Polri. Hal ini dikarenakan jenis pekerjaan ini menjadi subjek potensial bagi perusahaan asuransi dalam menawarkan produk jasa proteksinya. Dalam hal ini, sebanyak 28,3% dari jumlah sampel atau sebanyak 34 responden berstatus sebagai PNS/TNI/Polri.

Tabel 5. Karakter Responden Menurut Pendapatan Per Bulan

No	Jenis pekerjaan	Freskuensi	Presentase
1	1.000.000 s/d 2.500.000	29	25.2%
2	2.500.000 s/d 5.000.000	26	21.7 %
3	5.000.000 s/d 10.000.000	36	29.7 %
4	10.000.000 s/d 20.000.000	23	19.2 %
5	> 20.000.000	5	4.2%

Sumber: Data diolah tahun 2023

Adapun rata-rata pendapatan per bulan dari responden yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan tabel tersebut di atas adalah 5 sampai 10 juta per bulan atau sebanyak 36 responden atau 29,7%.

3.2. Pembahasan Hasil Penelitian

Seperti yang telah dipaparkan pada kerangka pemikiran, penelitian ini memiliki 3 hipotesis yang akan dibahas hasilnya satu persatu berdasarkan data penelitian yang telah diolah menggunakan smartPLS versi 3.0.

a) Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Di Kota Palembang

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0.452 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 4.555 lebih besar dari nilai t-tabel 1.96 dan nilai p-value 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel Citra perusahaan

berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat, maka dapat dikatakan hipotesis kesatu diterima. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa Citra perusahaan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang. Hal ini didukung oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlita Kurniawaty dengan judul “pengaruh citra perusahaan dan tarif premi terhadap minat beli yang berdampak pada kepuasan pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta” menunjukkan hasil bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli dengan kontribusi nilai sebesar 0,442 yang berarti citra perusahaan mempengaruhi minat beli sebesar 44,2%.

b) Pengaruh Harga Premi Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Di Kota Palembang

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra perusahaan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel -0.075 yang menunjukkan angka negatif dengan nilai t-hitung 1.136 lebih kecil dari nilai t-tabel 1.96 dan nilai p-value 2.257 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel harga premi tidak berpengaruh terhadap variabel Minat, maka dapat dikatakan hipotesis kedua tidak diterima. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa Harga Premi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang.

c) Pengaruh Produk Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Jiwa Syariah Di kota Palembang

Dari hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk³ terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang. Hal ini sesuai dengan hasil path coefficients dengan nilai original sampel 0.555 yang menunjukkan angka positif dengan nilai t-hitung 4.583 lebih besar dari nilai t-tabel 1.96 dan nilai p-value 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat dikatakan variabel produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat, maka dapat dikatakan hipotesis ketiga diterima. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di Kota Palembang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

- a. Bahwa citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di kota Palembang.

Hal ini menandakan bahwa semakin baik citra perusahaan maka masyarakat akan semakin yakin dalam memilih produk-produk asuransi syariah sebagai sebuah upaya dalam menghadapi berbagai ancaman risiko yang menghampiri dan solusi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

- b. Bahwa harga premi tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di kota Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak melihat tinggi rendahnya biaya sebagai salah satu alasan untuk memilih asuransi jiwa syariah. Oleh karena itu, tidak menjadi masalah bagi perusahaan asuransi menawarkan produk dengan harga tinggi asalkan berbanding lurus dengan manfaat yang didapatkan.
- c. Produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi jiwa syariah di kota Palembang. Berhubungan dengan faktor harga premi yang tidak berdampak pada keputusan memilih produk asuransi bagi masyarakat, maka produk yang baik dari sebuah perusahaan asuransi syariah menjadi penentu bagi masyarakat dalam memilih asuransi syariah yang diinginkannya sebagai sebuah proteksi dalam kehidupan sosial.

Atas dasar kesimpulan di atas, maka penulis menyampaikan saran bahwa dengan adanya penelitian ini diharapkan perusahaan asuransi jiwa syariah terutamanya di Kota Palembang dapat lebih memperhatikan lagi faktor-faktor apa saja yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah. Bagi Masyarakat juga diharapkan dapat memperbanyak literasi mengenai manfaat produk asuransi syariah terutama untuk masyarakat muslim agar apa yang dibutuhkan dapat sesuai dengan harapan.

5. REFERENSI

- Al-Dasûkî, M. S. (1967). *al-Ta'mîn wa Mauqif al-Syari'ah al-Islâmiyyah Minhu*. Direktorat Tinggi Urusan Agama Mesir.
- Kurniawaty, E. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan dan Tarif Premi terhadap minat beli yang berdampak pada kepuasan pelanggan di PT Asuransi Cigna Jakarta. *Jurnal Kreatif Pemasaran, Sumber Daya Manusia Dan Keuangan*, 5.
- Maksum, M. (2011). Pertumbuhan Asuransi Syariah di Dunia dan Indonesia. *Al-Iqtishad*, III(1), 35–48.
- Ningsih, S. H. (2020). *PENGARUH AKAD ASURANSI, BESARAN PREMI DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH ASURANSI SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada Asuransi*

- Allianz Syariah Bandar Lampung*). UIN Raden Intan Lampung.
- Rahmania, N. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah di Kota Makassar. *Other Thesis, Alaudin State Islamic University*.
- Ramadhani, H. (2015). Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Al-Tijary*, 1(1), 57–66.
- RIZKY, Z. (2021). *PENGARUH PREMI ASURANSI, CITRA, LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN LAYANAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MEMILIH ASURANSI SYARIAH (Study Pada PT. Takaful Keluarga Bandar Lampung)*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Sella, Y. Y. (2016). *PENGARUH BESARAN PREMI DAN RISIKO ASURANSI TERHADAP MINAT ASURANSI TAKAFUL KELUARGA CABANG PALEMBANG*. UIN Raden Fatah Palembang.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.
- Supomo, B., & Indriyanto, N. (2009). *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.