

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dalam menjalankan setiap kegiatan ekonomi manusia pasti tidak akan pernah lepas dari yang namanya risiko. Risiko adalah ketidaktentuan atau *uncertainty* yang mungkin melahirkan kerugian (*loss*). Risiko pada manusia tidak dapat dihilangkan, namun risiko tersebut dapat diminimalisir agar tidak memiliki dampak yang lebih besar dalam kehidupan. Manusia tidak akan dapat memastikan bagaimana keadaannya di kemudian hari, kemampuan yang diberikan kepada manusia hanya sebatas merencanakan (*planning*) sesuatu yang belum terjadi serta memproteksi segala sesuatu yang dirasa akan memberi kerugian di masa mendatang (Ali, 2004). Salah satu usaha untuk meminimalisir risiko yang dapat terjadi adalah dengan asuransi syariah.

Lembaga asuransi syariah sebagai salah satu lembaga keuangan non bank menjadi semakin penting peranannya. Hal ini dikarenakan selain kegiatan usahanya yang memberikan proteksi kepada masyarakat, asuransi syariah juga merupakan lembaga penghimpun dana yang bersumber dari penerimaan premi asuransi dari masyarakat. Asuransi syariah atau takaful merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (Sula M. S., 2004). Di Indonesia lembaga syariah sekarang berkembang dengan sangat pesat baik itu asuransi ataupun perbankan dan usaha lainnya yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Sula M. S., 2004). Seperti firman Allah dalam Q.S Al-Maidah ayat 2

وَلَا تَعَاوَذُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعَدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۖ.....

”.....Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebijakan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Menurut AASI atau (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia), daftar perusahaan asuransi syariah di Indonesia secara rinci adalah sebagai berikut :

- Asuransi umum syariah ada 26. Asuransi umum adalah usaha jasa pertanggungan risiko yang memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti.

**Tabel 1.1**  
**Data Asuransi Umum Syariah Di Indonesia**

No.	Nama Asuransi	No.	Nama Asuransi
1.	PT Asuransi Takaful Umum	14.	PT Asuransi Parolamas
2.	PT Jaya Proteksi Takaful	15.	PT Asuransi Ramayana Tbk
3.	PT Maskapai Asuransi Sonwelis	16.	PT Asuransi Sinar Mas
4.	PT Asuransi Adira Dinamika	17.	PT Asuransi Staco Mandiri
5.	PT Asuransi Allianz Utama Indonesia	18.	PT Asuransi Tri Pakarta
6.	PT Asuransi Astra Buana	19.	PT Asuransi Umum Bumiputera Muda
7.	PT Asuransi Bangun Askrida	20.	PT Asuransi Umum Mega
8.	PT Asuransi Bintang Tbk	21.	PT AIG Insurance Indonesia
9.	PT Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur	22.	PT Tugu Pratama Indonesia
10.	PT Asuransi Central Asia	23.	PT Asuransi Bina Dana Arta Syariah
11.	PT Asuransi Ekspor Indonesia (Persero)	24.	PT Asuransi Mitra Maparya
12.	PT Asuransi Jasa Indonesia	25.	PT Asuransi Wahana Tata
13.	PT Asuransi Jasa Raharja Putera	26.	PT Pan Pacific Insurance

- Asuransi jiwa syariah ada 24. Asuransi jiwa Syariah adalah Usaha yang menyelenggarakan jasa penanggulangan risiko dengan memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak dalam hal tertanggung meninggal dunia atau tetap hidup, atau pembayaran lain kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

**Tabel 1.2**  
**Data Asuransi Jiwa Syariah Di Indonesia**

No.	Nama Asuransi	No.	Nama Asuransi
1.	PT Asuransi Takaful Keluarga	13.	PT Asuransi Jiwa Sinar Mas MSIG
2.	PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin	14.	PT Avrist Assurance
3.	PT Asuransi Jiwa Syariah Amanah Jiwa	15.	PT Axa Financial Indonesia
4.	PT Asuransi Jiwa Syariah Jasa Mitra Abadi	16.	PT Axa MAndiri Financial Service
5.	PT Asuransi Syariah Keluarga Indonesia	17.	PT BNI Life Insurance
6.	Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912	18.	PT Great Eastern Life Indonesia
7.	PT AIA Financial	19	PT Panin Daichi Life
8.	PT Asuransi Allianz Life Indonesia	20.	PT Prudential Life Assurance
9.	PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera	21.	PT Sun Life Financial Indonesia
10.	PT Asuransi Jiwa Central Asia Raya	22.	PT Tokio Marine Life Insurance Indonesia
11.	PT Asuransi Jiwa Manulife Indonesia	23.	PT ACE Life Assurance
12.	Pt Asuransi Jiwa Mega Life	24.	PT Financial Wiramitra Danadyaksa

3. Reasuransi ada 3. Reasuransi adalah usaha jasa pertanggungan ulang terhadap risiko yang dihadapi oleh perusahaan asuransi, perusahaan penjaminan, atau perusahaan reasuransi lainnya.

**Tabel 1.3**  
**Data Reasuransi Di Indonesia**

No.	Nama Reasuransi
1.	PT Reasuransi Internasional Indonesia
2.	PT Reasuransi Nasional Indonesia
3.	PT Maskapai Reasuransi Indonesia Tbk

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berasuransi masih tergolong sangat rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi di negara lain. Penilaian ini terutama jika dilihat dari sudut pandang tingkat penetrasi industri untuk pasar nasional nasabah individual. Hal ini menyebabkan perkembangan industri asuransi di Indonesia, khususnya asuransi syariah belum begitu signifikan. Padahal potensi pasar industri asuransi syariah untuk berkembang di Indonesia sangat besar (Leliya & Kurniasari, 2015).

**Tabel 1.4**  
**Indeks Literasi Asuransi Penduduk Indonesia**  
**Menurut Produk dan Jasa Keuangan Tahun 2013**

Indeks Literasi Keuangan	Asuransi
<i>Well Literate</i>	17,84
<i>Sufficient Literate</i>	41,96
<i>Less Literate</i>	0,68
<i>Not Literate</i>	39,8

*Sumber : Data OJK 2013*

Berdasarkan data pada tabel 1.4 dapat diketahui bahwa literasi keuangan penduduk Indonesia khususnya pada asuransi masih rendah karena penduduk Indonesia dengan tingkat literasi mengenai asuransi yang baik hanya 17,84%. Asuransi syariah di Indonesia kurang dilirik, hal ini tercermin dari data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menyebutkan *market share* atau pangsa pasar pada tahun 2017 yang masih rendah yakni 3,45% dari seluruh asuransi wajib dan asuransi sosial. Jumlah aset asuransi syariah secara nasional mencapai Rp 34,3 triliun, sedangkan untuk aset asuransi konvensional tercatat Rp 958,06 triliun.

Perkembangan lembaga asuransi syariah di Indonesia ini terhambat dikarenakan beberapa faktor diantaranya adalah faktor perilaku konsumen. Faktor-faktor perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di dalam diri manusia (internal) dan faktor-faktor yang ada diluar diri manusia (eksternal) . Faktor eksternal yang utamanya adalah produk dimana di dalam produk tersebut salah satunya terdapat premi yang harus dibayar oleh konsumen tersebut, sedangkan faktor-faktor internal yang utama adalah religiusitas (Sofhian & Sri, 2017).

Asuransi syariah memiliki banyak keuntungan lebih dibanding asuransi konvensional, namun tidak ada perbedaan antara premi asuransi syariah dengan asuransi konvensional (Susanto, 2017). Masyarakat menganggap bahwa premi yang ditawarkan masih cukup tinggi dan sebagian hanya dapat dijangkau oleh masyarakat menengah atas saja. Sebagai contoh terdapat perusahaan asuransi syariah yang memiliki citra cukup baik namun memiliki premi yang cukup besar yang harus dibayar setiap bulannya seperti pada produk asuransi jiwa perusahaan asuransi prudential syariah yang memiliki premi minimal Rp.400.000/ bulan jika dibandingkan dengan premi asuransi jiwa prudential konvensional dimana premi yang harus dibayarkan nasabah setiap bulannya mulai dari Rp. 350.000, angka ini masih dapat dijangkau oleh masyarakat menengah keatas, namun dirasa masih cukup memberatkan bagi masyarakat berpenghasilan rendah, padahal masyarakat berpenghasilan rendah relatif lebih rentan terhadap dampak yang diakibatkan oleh musibah tersebut, karena pada umumnya mereka tidak memiliki dana yang cukup untuk menghadapi kejadian atau musibah yang tak terduga (Emrald, 2014).

Dengan mempertimbangkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan tingkat religiusitas penduduk muslimnya cukup tinggi, pengembangan asuransi syariah diharapkan dapat menjadi lebih mudah. Perilaku konsumen Indonesia yang religius dapat dilihat dari adanya kenyataan yang menunjukkan bahwa konsumen Indonesia sangat peduli terhadap isu agama. Pada umumnya, konsumen suka dengan produk yang mengusung simbol-simbol agama. Salah satu perkumpulan yang dianggap memiliki tingkat religiusitas yang tinggi adalah majelis taklim. Lingkungan majelis taklim biasanya sangat erat dengan hal yang berhubungan dengan agama, karena majelis taklim diperuntukkan untuk mendalami ajaran-ajaran islam sebagai sarana dakwah dan pengajaran agama. Namun demikian, dalam kenyataan sehari-hari masih terdapat beberapa perilaku konsumen yang tidak menunjukkan adanya religiusitas konsumen. Misalnya, konsumen seringkali tidak memperhatikan kehalalan suatu produk jika tidak ada isu haram terhadap produk tersebut, masih banyaknya masyarakat (muslim) yang memilih menggunakan jasa layanan keuangan konvensional dibandingkan jasa layanan keuangan syariah, meskipun Majelis

Ulama Indonesia (MUI) secara jelas telah mengeluarkan fatwa bahwa bunga adalah haram.

Di Indonesia sendiri hanya sedikit muslim yang memiliki polis asuransi syariah. Angkanya baru sebesar 7 persen dari total populasi muslim di Indonesia (Budiawati, 2017). Angka ini disebabkan karena masyarakat di Indonesia masih banyak yang belum mengetahui mengenai asuransi syariah itu sendiri. Sebagai contoh perbandingan jumlah nasabah asuransi syariah dengan asuransi konvensional di salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yaitu prudential hanya seperlima yaitu sekitar 500.000 orang dari keseluruhan jumlah nasabahnya yang berjumlah 2,5 juta orang adalah nasabah asuransi syariah. Dari contoh tersebut dapat dilihat bahwa nasabah asuransi syariah masih sedikit dibanding nasabah asuransi konvensional.

Dari beberapa kendala yang dihadapi oleh perusahaan asuransi syariah tersebut dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap asuransi syariah ini masih kurang. Menurut Rusdianto & Ibrahim (2016) dan Assauri (2011) minat merupakan keinginan seseorang yang menimbulkan ketertarikan terhadap sesuatu tanpa paksaan dari orang lain. Minat sendiri itu adalah suatu perasaan ingin tahu yang menggerakan seseorang untuk mengerjakan sesuatu, sedangkan menurut Crow dan Crow (1998) minat atau *interest* bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun dapatberupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain, minat dapat menjadi penyebab kegiatan dan penyebab partisipasi dalam kegiatan.

Penelitian mengenai religiusitas dan premi telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Jalaludin (2018) menyatakan bahwa harga dan religiusitas mempengaruhi masyarakat Banda Aceh dalam memilih asuransi syariah, yang membedakan dengan penelitian ini adalah pada objek penelitian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Leliya & Kurniasari (2015) mengungkapkan bahwa religiusitas mempengaruhi minat seseorang pada takaful. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah jumlah variabel yang mempengaruhinya dan juga objek penelitian. Kemudian penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Achmad

(2015) mengenai premi terhadap minat masyarakat menghasilkan kesimpulan bahwa premi asuransi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen untuk menjadi peserta asuransi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fakhru (2014) menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli masyarakat. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah pada penelitian ini harga yang dimaksud adalah premi pada perusahaan takaful. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sofhian & Sri (2017) menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih asuransi syariah, yang membedakan dengan penelitian tersebut adalah pada objek yang diteliti. Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Kurniawaty (2017) menyatakan bahwa tarif premi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Religiusitas dan Premi Terhadap Minat Masyarakat Pada Asuransi Syariah”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang penelitian diatas, masalah yang teridentifikasi adalah sebagai berikut :

1. Mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim, namun hanya sedikit muslim yang memiliki polis asuransi syariah (Budiawati, 2017).
2. premi asuransi syariah belum bisa terjangkau oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia (Emrald, 2014).

## 1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan paparan identifikasi masalah berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat minat, religiusitas, dan premi pada asuransi syariah?
2. Sejauhmana pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah ?
3. Sejauhmana pengaruh premi terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah?

4. Bagaimana pengaruh religiusitas dan premi secara simultan terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah mengetahui bagaimana tingkat minat, religiusitas, dan premi pada asuransi syariah, dan juga untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan premi terhadap minat masyarakat pada asuransi syariah.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna secara praktis dan teoritis seperti yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan minat nasabah terhadap asuransi syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan asuransi syariah untuk meningkatkan strategi pemasaran agar minat masyarakat pun meningkat.