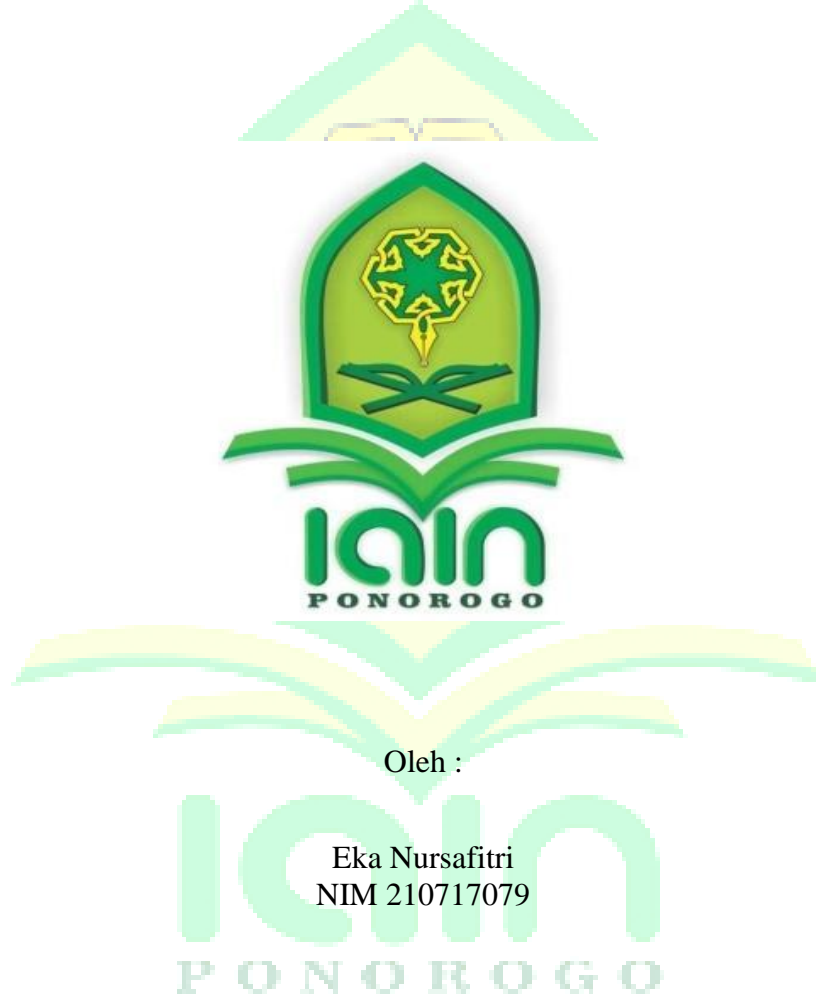


**FAKTOR-FAKTOR RESISTANSI MASYARAKAT DESA
NGRAYUN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
ASURANSI SYARIAH DI ASURANSI PRUDENTIAL
PONOROGO**

SKRIPSI



**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

**FAKTOR-FAKTOR RESISTANSI MASYARAKAT DESA
NGRAYUN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH
ASURANSI SYARIAH DI ASURANSI PRUDENTIAL
PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Sastra Satu (S1)



Diajukan Oleh :

Eka Nursafitri
NIM 210717079

Pembimbing :

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP 198608082019032023

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Eka Nursafitri

NIM : 210717079

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“FAKTOR-FAKTOR RESISTANSI MASYARAKAT DESA NGRAYUN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH ASURANSI SYARIAH DI ASURANSI PRUDENTIAL PONOROGO”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang ditusuk sumbernya.

Ponorogo, 12 Oktober 2021

Pembuat Pernyataan,



Eka Nursafitri
NIM 210717079



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No	Nama	NIM	Jurusan	
1	Eka Nursafitri	210717079	Ekonomi Syariah	Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Asuransi Prudential Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.


Ponorogo, 12 Oktober 2021

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Edmi Prasetivo, S.Ag., M.E.I.
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,


Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.
NIP. 198608082019032023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini :

Judul : Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Asuransi Prudential Ponorogo

Nama : Eka Nursafitri

NIM : 210717079

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji :

Ketua Sidang :

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.

NIP. 197502072009011007

Penguji I :

Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Si.

NIP. 197202111999032003

Penguji II :

Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

NIP.198608082019032023

Ponorogo, Jumat 12 November 2021

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



Dr. W. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.

NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Nursafitri
NIM : 210717079
Jurusan : Eka Nursafitri
Fakultas : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Asuransi Prudential Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing skripsi. Selanjutnya saya bersedia naskah skripsi ini dipublikasikan oleh IAIN Ponorogo yang dapat diakses melalui etheses.iainponorogo.ac.id. adapun isi dari keseluruhan tulisan ini sepenuhnya tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan dengan semestinya.

Ponorogo, 19 November 2021



Eka Nursafitri

NIM 210717079

ABSTRAK

Nursafitri, Eka. Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Asuransi Prudential Ponorogo. *Skripsi*. 2021. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Husna Ni'matul Ulya, M.E.Sy.

Kata Kunci: Asuransi Syariah Prudential, Perkembangan, Faktor yang mempengaruhi, Keputusan menjadi nasabah.

Asuransi syariah akan semakin tinggi permintaan dan antusias yang tinggi. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah menjadi isu strategi dalam pengembangan asuransi syariah. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai produk atau jasa. Berdasarkan hasil wawancara dengan agen asuransi prudential menyatakan bahwa masyarakat masih sedikit yang memiliki asuransi jiwa semua itu dikarenakan tingkat kepercayaan masyarakat masih rendah hal tersebut dikarenakan rendahnya pengetahuan mereka mengenai asuransi syariah. Dan saat melakukan promosi terdapat penolakan dari masyarakat. Dari sini maka pemasar harus mampu memberikan pengetahuan mengenai manfaat dan kelebihan mengenai asuransi syariah. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui bagaimana perkembangan asuransi syariah prudential Ponorogo. 2) untuk mengetahui faktor-faktor resistansi Masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi prudential Ponorogo.

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini yaitu: 1) Perkembangan Asuransi Syariah Prudential di Ponorogo mengalami naik dan turun, tetapi dalam kurun waktu terakhir mengalami penurunan. Khususnya di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun, perkembangan asuransi syariah prudential cukup sulit karena berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah. Pihak agen asuransi syariah prudential kemudian menentukan solusi-solusi yang dapat diterapkan di wilayah pedesaan khususnya Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun. 2) Faktor-faktor yang ada berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen yang telah memperoleh sosialisasi atau tawaran dari agen asuransi syariah prudential di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun timbul saling berhubungan antar faktor, baik dari faktor budaya dan sub budaya, pekerjaan, umur, kelompok referensi dan keluarga, serta lokasi. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan diatas faktor-faktor tersebut sangatlah berhubungan dengan keputusan konsumen menjadi nasabah.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Studi Penelirian Terdahulu	9
F. Metode Penelitian	11
1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	11
2. Kehadiran Peneliti	12
3. Lokasi Penelitian	13
4. Data Dan Sumber Data	14
5. Teknik Pengumpulan Data	15

6. Teknik Pengelolaan Data	16
7. Analisis Data	17
8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	18
G. Sistematika Pembahasan	19
 BAB II : FAKTOR-FAKTOR RESISTANSI MASYARAKAT DESA NGRAYUN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH ASURANSI SYARIAH DI ASURANSI PRUDENTIAL PONOROGO	
A. Deskripsi Teori	21
1. Asuransi Syariah	21
A. Pengertian Asuransi Syariah	21
B. Landasan Asuransi Syariah	22
C. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah	25
D. Perbedaan Asuransi Syariah Dan Konvensional	31
2. Keputusan Menjadi Nasabah	34
A. Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah	34
B. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah.....	36
C. Proses Pengambilan Keputusan	41
D. Indikator Keputusan Menjadi Nasabah	44
 BAB III : PAPARAN DATA	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46

1. Sejarah Berdirinya Asuransi Prudential	46
2. Visi, Misi Dan Moto Asuransi Prudential.....	49
3. Struktur Organisasi Asuransi Prudential Ponorogo	50
B. Temuan Data	50
1. Perkembangan Asuransi Syariah Prudential Ponorogo.....	50
2. Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Prudential Ponorogo.....	52
BAB IV : PEMBAHASAN DAN ANALISIS	
A. Pembahasan	56
1. Analisis Perkembangan Asuransi Syariah Prudential Ponorogo	56
2. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Prudential Ponorogo	59
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76

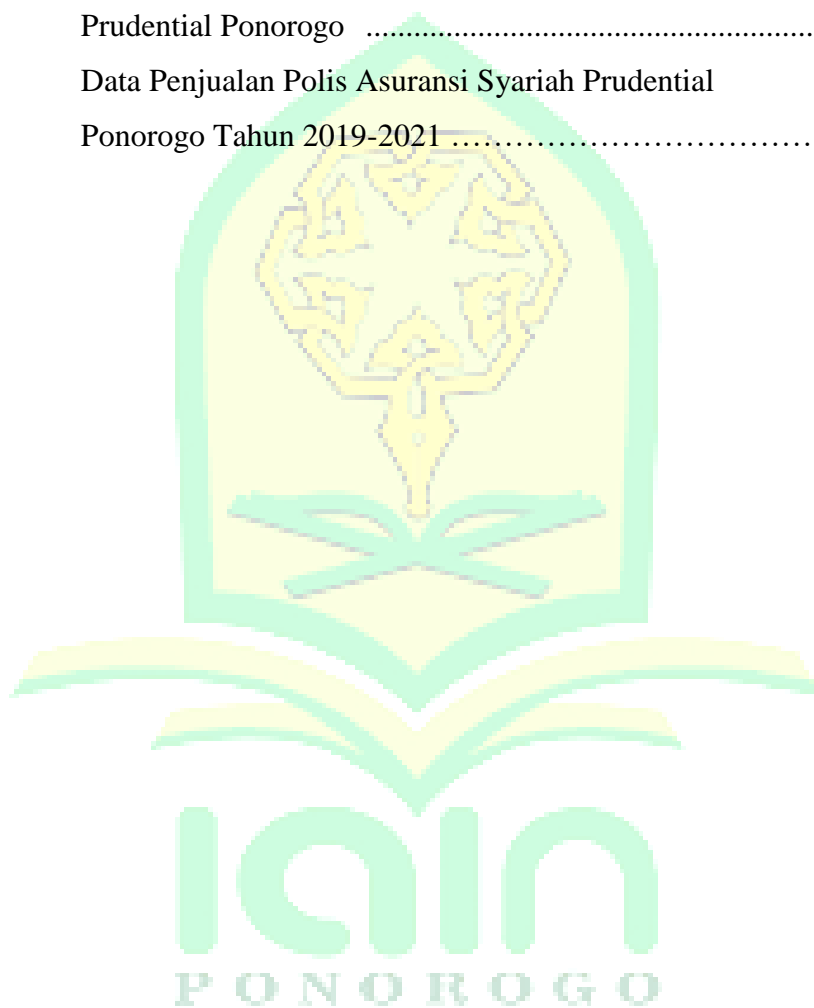
DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan asuransi syariah dan asuransi konvensional	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Struktur organisasi di asuransi Syariah Prudential Ponorogo	50
4.2	Data Penjualan Polis Asuransi Syariah Prudential Ponorogo Tahun 2019-2021	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
5.1	Draf wawancara	80
5.2	Dokumentasi kegiatan	93



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam menganjurkan untuk saling tolong-menolong atau *ta'awun* kepada sesama manusia. Jika ada orang yang mengalami kesulitan, maka harus dibantu sesuai dengan kemampuannya. Saat ini, telah berkembang berbagai macam lembaga pertanggungan yang disebut asuransi. Asuransi syariah disebut juga *takaful*, *ta'min*, *tadamun* yaitu suatu usaha yang saling melindungi dan saling tolong-menolong di antara sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabbaru'* melalui akad sesuai dengan syariah.¹ Seperti yang sudah di jelaskan di dalam Surah al-Maidah [5]: 2 yang berbunyi:

وَتَعَا وَنُوعًا عَلَى الْبِرِّ وَالنَّفْوَى وَالْإِثْمِ وَالْعُدْوَانَ وَاتَّقُوا اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "...Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya".(QS. Al-Maidah [5]:2)

Bertambahnya kebutuhan penduduk di Indonesia saat ini sangatlah pesat dan kebutuhan manusia untuk mendapatkan rasa aman, kesehatan dan pendidikan baik masa sekarang maupun masa yang akan datang terus meningkat. Rasa khawatir akan keselamatan hidup, terutama kesehatan keluarga membuat manusia membutuhkan jaminan akan hal tersebut. Termasuk dalam dunia usaha, resiko untuk mengalami ketidak beruntungan

¹ Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 190.

selalu ada. Maka manusia sebagai seorang konsumen membutuhkan suatu produk yang dapat menjamin keberlangsungan hidupnya dan keluarganya. Serta dalam rangka mengatasi kerugian yang timbul, manusia mengembangkan mekanisme yang pada saat ini dikenal dengan istilah asuransi.

Asuransi merupakan salah satu cara pembayaran ganti rugi kepada pihak yang mengalami musibah, yang dananya diambil dari iuran premi seluruh peserta asuransi.² Asuransi merupakan premi yang mampu memberikan kontribusi ketenangan dan kenyamanan dalam menjalani hidup dan kehidupan yang penuh resiko. Asuransi pada perkembangannya terbagi menjadi dua yaitu asuransi syariah dan asuransi konvensional. Konsep dasar perasuransian syariah di Indonesia, tidak terlepas dari perilaku umat Islam dalam memandang kelembagaan yang ada untuk kegiatan muamalahnya. Banyak yang memandang dan menganggap bahwa asuransi konvensional mengandung unsur seperti judi maupun riba. Jadi dalam asuransi konvensional diidentifikasi mengandung adanya ketidakpastian dana yang dipakai untuk membayar klaim dari pemegang polis asuransi. Selain itu, adanya kemungkinan salah satu pihak yang diuntungkan, sedang pihak lainnya dirugikan. Serta adanya kemungkinan dana asuransi yang terkumpul dari pembayaran premi dibungakan. Adanya keraguan terhadap asuransi konvensional yang telah diuraikan diatas, tentunya tidaklah mengherankan

² Ibid.

apabila pengembangan asuransi di Indonesia sangat lambat.³ Hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman pada masyarakat mengenai asuransi khususnya pada asuransi syariah.

Dalam agama Islam terdapat prinsip-prinsip yang dapat dipakai dalam asuransi yang sifatnya lebih mendasarkan pada tolong-menolong antar sesama (*taawuniyah*).⁴ Islam melarang adanya transaksi-transaksi yang di dalamnya mengandung unsur *gharar*, *maisyir*, *riba*, *bathil*, dan *ryswah*, karena secara faktual akan cenderung hanya menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain. Akan tetapi Islam pun tidak mengabaikan akan arti pentingnya lembaga keuangan yang memang mendatangkan manfaat bagi umat manusia dalam menjalani kehidupannya di muka bumi ini, termasuk di dalamnya kebolehan untuk melaksanakan kegiatan di bidang pengasuransian. Dengan menghilangkan unsur-unsur yang dilarang dalam Islam, kemudian menggantinya dengan akad-akad tradisional Islam maka dapat melahirkan produk asuransi yang diperbolehkan. Akad-akad tradisional ini biasanya disebut dengan akad berdasarkan prinsip syariah.⁵

Salah satu perusahaan asuransi yang masuk dalam bisnis asuransi di Indonesia adalah PT Prudential Life Assurance. Didirikan pada tahun 1995, PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari Grup yang berpengalaman lebih dari 167 tahun di industri

³ Wirnyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), 220-221.

⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Asuransi syariah di indonesia*, (Yogyakarta: UII Press, 2007), 16.

⁵ Ibid.

asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.⁶ Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan memiliki kantor pemasaran seperti di Medan, Surabaya, Yogyakarta, Tulungagung, Ponorogo dan masih banyak lagi.

Menyadari potensi perkembangan pasar yang sangat besar, serta mendengarkan kebutuhan konsumen untuk mendapatkan proteksi jiwa yang didasari oleh prinsip-prinsip sesuai dengan syariah (Islam), Prudential Indonesia mengembangkan unit bisnis syariahnya sejak tahun 2007. PT Prudential Life Assurance Indonesia meluncurkan produk unit link berbasis syariah, yaitu *PRUlink Syariah*. Pertama, *PRUlinksyariah edu protection* merupakan paket produk Asuransi Jiwa yang dikaitkan dengan investasi (unit link) dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia). Kontribusi yang dibayarkan memberikan manfaat perlindungan (proteksi) dan manfaat investasi dalam bentuk nilai tunai.

Kedua, *PRUlink syariah assurance account* (PAA Syariah) adalah produk asuransi jiwa terkait investasi berdasarkan prinsip syariah dengan pembayaran kontribusi secara berkala yang memberikan fleksibilitas tak terbatas yang memungkinkan untuk sewaktu-waktu mengubah jumlah pertanggunganan, kontribusi serta cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan.

⁶ Prudential Indonesia “Sejarah asuransi prudential,” dalam <https://www.prudential.co.id/id/about-prudential-indonesia/>, (di akses pada tanggal 4 Maret 2021 Pukul 10.00 WIB).

Ketiga, PRU *link syariah investor account* (PIA Syariah) merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi syariah dengan pembayaran kontribusi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah. Di samping mendapatkan potensi hasil investasi, produk ini juga akan memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap risiko kematian atau risiko menderita cacat total dan tetap.⁷

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam. Ponorogo sendiri termasuk dalam Kabupaten yang masyarakatnya sebagian besar beragama Islam. Pihak jasa Asuransi Prudential ini sudah menawarkan berbagai produk yang dimilikinya kepada konsumen yang beragama Islam namun, masih kurangnya kesadaran mereka akan Asuransi Syariah sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan keuangan Syariah khususnya Kabupaten Ponorogo terhitung sejak masa pandemi saat ini. Hal ini dibuktikan dengan data yang ditemukan di lapangan, tepatnya di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun. Masyarakat di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun ini pada umumnya telah mengetahui Asuransi Prudential, tetapi berkaitan dengan keputusannya untuk bergabung menjadi nasabah Asuransi Syariah Prudential, mereka masih mempertimbangkan berbagai hal, baik karena faktor ekonomi, faktor kebudayaan atau adat di lokasi tersebut, faktor kelompok referensi, dan faktor sosial. Dilihat dari hasil wawancara kepada responden yaitu bapak Heri menyatakan bahwa beliau sudah mengetahui asuransi syariah akan tetapi secara umumnya saja beliau juga

⁷ Ibid.

mempertimbangkan lagi akan ikut asuransi dikarenakan penghasilan yang pas-pasan beliau juga ragu akan berita-berita buruk yg sudah beredar tersebut.⁸

Desa Ngrayun merupakan sebuah desa di wilayah Ponorogo bagian selatan. Lokasinya yang terletak wilayah pedesaan menjadi salah satu hal yang menyebabkan terbatasnya kunjungan agen untuk melakukan promosi dan edukasi terkait asuransi syariah pada masyarakat di Desa Ngrayun, sehingga pengetahuan masyarakat perihal asuransi dan produknya terbatas. Menanggapi masalah ini pihak Asuransi memiliki solusi yaitu lebih meningkatkan citra produk yang dimilikinya dan mengembangkan melalui beberapa cara diantaranya melakukan inovasi pada promosi dan meningkatkan pemahaman masyarakat perihal asuransi syariah dengan merekomendasikan produk berdasarkan kebutuhan masyarakat saat ini. Penelitian ini dilakukan di Desa Ngrayun Kec. Ngrayun dengan responden konsumen yang telah menerima sosialisasi dari pihak Asuransi Syariah Prudential, Sebagai salah satu wilayah yang terletak di Ponorogo bagian selatan yaitu di Desa Ngrayun kec. Ngrayun merupakan salah satu desa yang ada diplosok namun, mayoritas masyarakat disini masih banyak yang berinisiatif untuk mau belajar, mau diberikan sosialisasi tentang asuransi khususnya Asuransi Syariah Prudential. Mereka tau bahwa asuransi mempunyai banyak manfaat yang memberikan keuntungan kepada nasabahnya.

Segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan atau agen kepada konsumen pasti yang dibutuhkan konsumen adalah produk yang sesuai

⁸ Heri, *wawancara*, 30 September 2021.

keinginan dan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen. Dikatakan sebagai produk yang bernilai jika produk tersebut bermanfaat dan produk yang memberikan kepuasan kepada konsumen karena konsumen adalah pemakainya.⁹ Selain berfokus pada pengembangan dan peningkatan produk asuransi syariah harus mengadakan sosialisasi terhadap produk yang dimilikinya agar konsumen dapat mengerti dan memahami produk apa yang akan diambil demi memenuhi kebutuhannya untuk meminimalisir resiko yang terjadi sewaktu-waktu.

Keputusan konsumen tergantung oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya dalam menggunakan asuransi syariah antara lain yaitu faktor kebudayaan (faktor budaya, faktor sub budaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peranan dan status sosial konsumen) dan faktor pribadi (umur, pekerjaan dan lingkungan hidup dan gaya hidup). Disamping terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terdapat juga berbagai indikator yang juga sangat berpengaruh yaitu berhubungan dengan toko (*Store contat*), mencari produk, dan Transaksi.

Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi resistansi masyarakat menjadi nasabah. Maka, penulis mengambil penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Asuransi Prudential Ponorogo.”

⁹ Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Ekonosia*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2001).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Perkembangan Produk Asuransi Syariah Prudential Ponorogo?
2. Apa Saja Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Prudential Ponorogo?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Perkembangan Produk Asuransi Syariah Prudential Ponorogo.
2. Untuk Mengetahui Apa Saja Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Prudential Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Penulis

Penelitian ini adalah sebagai pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan menerapkan teori yang yang telah di dapatkan di dalam perkuliahan serta syarat untuk menyelesaikan pendidikan terakhir serta bisa menumbuhkan pengetahuan di masyarakat tentang asuransi.

2. Untuk PT. Prudential Asuransi Ponorogo

Semoga dengan adanya penelitian ini memberikan masukan bagi perusahaan Asuransi Prudential Ponorogo dengan harapan dapat digunakan sebagai dasar kebijakan lebih lanjut dalam mengembangkan minat nasabah serta menjadikan evaluasi pemasaran Asuransi Prudential Ponorogo.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Sebagaimana yang dilakukan oleh peneliti, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik dan pembahasan yang serupa dengan penelitian ini, yang mana dapat dilihat dibawah ini:

Skripsi karya Pipit Oktaviani pada tahun 2020. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian ini menunjukkan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat yaitu, faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi minat masyarakat antara lain, faktor motivasi, faktor kepribadian, faktor sikap dan faktor kepercayaan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor budaya, faktor pelayanan, dan faktor lokasi. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel faktor budaya dan pendekatan penelitian. Perbedaannya terletak pada variabel Y yaitu

terhadap minat transaksi di bank syariah. Sedangkan pada penelitian ini terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah.¹⁰

Skripsi karya Nurul Rahmania pada tahun 2020. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah bahwa secara simultan variabel independen (harga premi, kelompok referensi, produk, dan religiusitas) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah. Variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Asuransi Berbasis Syariah adalah harga premi dan faktor religiusitas. Perbedaan penelitian Nurul Rahmania ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan penelitian yang akan diteliti ini adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Persamaan pada penelitian ini yaitu pada variabel minat konsumen.¹¹

Penelitian yang dilakukan Fahmirrianda Ramadhan, dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)” menunjukkan bahwa pengaruh kelompok referensi, religiusitas, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga R.OU tamy Agency Yogyakarta.

⁹ Pipit Oktaviani, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Desa Margototo)” *Skripsi*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020).

¹⁰ Nurul Rahmania, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makasar” *Skripsi*, (Makasar: UIN Alaudin Makasar, 2020).

Dalam Penelitian yang dilakukan Fahmirrianda Ramadhan menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen menjadi nasabah asuransi syariah.¹²

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti paparkan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang-orang yang dapat diamati, yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.¹³

Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti. Data yang pasti adalah data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya, bukan data yang sekedar terlihat, terucap, tetapi data yang mengandung

¹² Fahmirrianda Ramadhan, "Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)" *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)".

¹³ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005), 4.

makna di balik yang terlihat dan terucap tersebut. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data tidak dipandu oleh teori, akan tetapi dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan.¹⁴

Penelitian ini memaparkan informasi yang diperoleh dari Asuransi Prudential Ponorogo secara langsung dan informan penelitian yang ditentukan, kemudian mengevaluasi dengan berbagai teori yang berkaitan dengan pokok masalah dalam penelitian ini.

2. Kehadiran peneliti

Peneliti dalam penelitian kualitatif merupakan orang yang membuka kunci, menelaah, dan mengeksplorasi seluruh ruang secara cermat, tertib dan leluasa, sehingga peneliti disebut sebagai *key instrument*. Ciri khas penelitian kualitatif tidak dapat dipisahkan dari pengamatan berperan serta, sebab peranan penelitilah yang menentukan keseluruhan sekenarionya.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti sebagai aktor sekaligus pengumpul data, dan peran peneliti di sini sebagai penggali data di lapangan dengan melakukan pengamatan yaitu peneliti melakukan interaksi sosial dengan subyek dalam waktu yang lama dan selama itu data dalam bentuk catatan lapangan dikumpulkan.¹⁶

Untuk itu dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, dimana peneliti merencanakan penelitian, meliputi tempat di mana melakukan penelitian dan transkrip wawancara. Kemudian mencari data

¹⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. ALFABETA, 2005), 1-3.

¹⁵ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000), 3.

¹⁶ Yvonna S. Lincoln and G. Guba *Naturalistic Inquiry* (California: California Sage Publications, 1985), 193-194.

tentang perkembangan asuransi syariah prudential ponorogo, dan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah. Kemudian mengumpulkan data, menganalisa data, dan yang terakhir menulis hasil penelitian.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Asuransi Prudential Ponorogo yang terletak di Jl. Arif Hakim No 68 Kabupaten Ponorogo. Peneliti memilih Asuransi Prudential Ponorogo sebagai objek penelitian alasannya karena peneliti melihat saat melakukan penyebaran brosur terdapat beberapa masyarakat yang menolak setelah mengetahui brosur tersebut dari asuransi dan juga terdapat beberapa nasabah yang keluar dari asuransi prudential.

Selain itu, penelitian ini turut dilaksanakan di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Pemilihan wilayah ini dikarenakan letak lokasi yang berada di pedesaan dengan keterbatasan akses dan pengetahuan terkait asuransi yang menimbulkan rendahnya keikutsertaan masyarakat desa dalam asuransi syariah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian karena ingin mengetahui bagaimana perkembangan produk asuransi prudential Ponorogo dan apa saja faktor-faktor resistansi masyarakat Desa Ngrayun terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Prudential Ponorogo.

4. Data Dan Sumber Data

Data merupakan sumber di mana data penelitian itu melekat dan atau dapat diperoleh.¹⁷ Dalam penelitian sumber data yang digunakan adalah:

a. Data

Data berfungsi sebagai informasi yang dapat dipertanggungjawabkan dan diperoleh melalui suatu metode/instrumen pengumpulan data.¹⁸ Dalam penelitian ini penulis berupaya menggali data dari lapangan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan, yaitu data tentang perkembangan produk serta apa saja faktor-faktor resistansi masyarakat Desa Ngrayun terhadap keputusan menjadi nasabah asuransi syariah prudential ponorogo.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder, Sumber data primer yang diperoleh peneliti dari sumber asli.¹⁹ Data primer berisi sumber data yang diperoleh penulis dari sumber informasi yaitu dengan wawancara langsung kepada konsumen, dan agen Asuransi Prudential Ponorogo dalam penelitian ini terdapat 5 konsumen yang akan diwawancarai yaitu konsumen yang telah memperoleh tawaran dari asuransi prudential ponorogo.

¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 91.

¹⁸ Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 12.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 368.

Data sekunder yang diperoleh dari sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data sebagai pendorong yang bisa memperkuat data yang didapat seperti buku referensi, jurnal, media online, dan *link* resmi dari Asuransi Prudential.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.²⁰

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.²¹ Wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan informasi yang tidak dapat diperoleh ketika melakukan observasi.²² Metode wawancara ini diharapkan mampu memperoleh data atau informasi secara lebih detail dan mendalam mengenai bagaimana perkembangan produk dan minat

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 65.

²¹ Ibid.,

²² J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan keunggulannya*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), 116.

konsumen menjadi nasabah asuransi syariah prudential ponorogo dan apa saja faktor-faktor resistansi masyarakat Desa Ngrayun untuk menjadi nasabah Asuransi Prudential Ponorogo..

b. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan dokumentasi. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen adalah salah satu pelengkap dari penggunaan metode wawancara dalam penelitian kualitatif.²³ Dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi gambar yang diambil saat melakukan wawancara kepada konsumen.

6. Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul maka selanjutnya pengelolaan data dengan beberapa cara yaitu:

- a. *Editing* data pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan data yang ada dan hubungannya dengan penelitian. Dalam hal ini penulis mengambil data yang akan dianalisis sesuai dengan rumusan masalah.
- b. Sistematika data yaitu penyusunan data primer dan sekunder sehingga tercapai suatu susunan yang sistematis.
- c. Penemuan hasil adalah menganalisis data yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan untuk kemudian disimpulkan sesuai

²³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 240.

dengan fakta yang ada merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.

7. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis Miles dan Huberman (1994), terdiri dari tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu reduksi data (*data reduction*), paparan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*), Berikut penjelasannya:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Kegiatan merangkum, memilah hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dan mencari tema dan polanya.²⁴

b. Penyajian Data

Langkah selanjutnya adalah mendeskripsikan data. Melalui penyajian data tersebut, maka dapat menyusun data yang berhubungan, sehingga akan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Selain itu, dengan adanya penyajian data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D...*, 247.

terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.²⁵

c. Penarikan Kesimpulan

Merupakan temuan baru dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya belum pernah ada dan masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.²⁶ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknis analisis data deskriptif, dimana peneliti menggambarkan tentang kondisi dan situasi di Asuransi Prudential Ponorogo. Teknik ini digunakan untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan oleh peneliti baik dari hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi selama mengadakan penelitian di Asuransi Prudential Ponorogo.

8. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Adapun pengecekan keabsahan temuan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data. Triangulasi adalah teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh

²⁵Ibid., 249.

²⁶Ibid., 253.

dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, atau dokumentasi. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber yakni dengan cara melakukan pengecekan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.²⁷

G. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka supaya pembahasan skripsi ini dapat disusun secara sistematis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka penyusun membagi pembahasan sebagai berikut:

BAB I : BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan latar belakang masalah dari penelitian, yang kemudian ditarik dalam perumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dalam tujuan penelitian secara final agar lebih jelas dan terarah kegunaan dari penelitian ini. Serta di jelaskan penelitian terdahulu juga berisi metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni tentang jenis dan pendekatan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi dan tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan

²⁷Ibid., 375.

data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data. Dan sistematika penulisan yang menunjuk pada panduan penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI, KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan teori-teori. Deskripsi teori memuat materi yang dikumpulkan sebagai bahan pembahasan atas topik yang meliputi teori asuransi syariah, minat konsumen, dan keputusan nasabah.

BAB III : PAPARAN DATA

Bab ini berisi tentang data-data yang telah di peroleh dari hasil wawancara dan observasi di lapangan. Berupa wawancara perkembangan asuransi syariah di Ponorgo dan apa saja faktor-faktor resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi keputusan menjadi nasabah.

BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini akan membahas data yang telah diperoleh di lapangan kemudian dianalisis.

BAB V : PENUTUP

Bagian akhir merupakan kesimpulan atas keseluruhan dari uraian penelitian yang telah dilakukan, yang diharapkan dapat menarik benang merah dari uraian bab-bab sebelumnya. Pada bab ini terdapat juga saran untuk perbaikan selanjutnya.

BAB II

TEORI ASURANSI SYARIAH DAN KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

A. Landasan Teori

1. Tinjauan Umum Asuransi Syariah

a. Pengertian Asuransi Syariah

Istilah asuransi dalam syariah antara lain *takaful* (bahasa arab). *At'ta'min* (bahasa arab) dan *IslamicInsurance* (bahasa inggris). *At'ta'min* berasal dari kata amanah yang berarti memberikan perlindungan, ketenangan, rasa aman serta bebas dari rasa takut. Istilah *menta'minkan* sesuatu berarti seseorang memberikan uang cicilan agar ia tau orang yang ditunjuk menjadi ahli warisnya mendapatkan ganti rugi atas hartanya yang hilang. Pihak yang menjadi pertanggung asuransi disebut *mu'amin* dan pihak yang menjadi tertanggung disebut *musta'min*.²⁸

Asuransi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian menyatakan bahwa “Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada

²⁸ Buchari Alma, Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta, 2016), 44.

pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan”.

Dewan Syariah Nasional pada tahun 2001 telah mengeluarkan fatwa mengenai asuransi syariah. Dalam fatwa DSN No. 21/DSNMUI/X/2001 bagian pertama mengenai Ketentuan Umum angka 1 disebutkan pengertian asuransi syariah (*ta'min, takaful, atau tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah²⁹.

b. Landasan Asuransi Syariah

Dalam pandangan yang membolehkan asuransi Islam, terdapat beberapa landasan hukum yang penting, di antaranya adalah:

a. Al-Qur'an

*“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*³⁰

b. Dalam hukum positif yang menjadi dasar hukum dalam asuransi syariah adalah UU No. 2 tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian

²⁹ Ibid.,

³⁰ Al-Qur'an, 59: 18.

yang masih bersifat global. Adapun dalam menjalankan usahanya secara syariah, perusahaan asuransi dan reasuransi syariah menggunakan pedoman fatwa DSN MUI No. 21/DSN MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah. Karena fatwa DSN tidak memiliki kekuatan hukum, dibentuk peraturan perundangan oleh pemerintah yang berkaitan dengan asuransi syariah.³¹ Adapun peraturan perundangan yang telah dikeluarkan pemerintah berkaitan dengan asuransi syariah yaitu:

- 1) Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 426/KMK.06/2003 tentang Perizinan Usaha dan Kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi.
- 2) Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 424/KMK.06/2003 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi.
- 3) Keputusan Direktur Jenderal Lembaga Keuangan Nomor Kep. 4499/LK/2000 tentang Jenis, Penilaian dan Pembatasan Investasi Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi dengan Sistem Syariah.³²

Pendirian asuransi syariah, khususnya di Indonesia, didasarkan pada beberapa landasan, yaitu (1) landasan syariah, (2) landasan yuridis, dan (3) landasan filosofis. Pada landasan syariah

³¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 225.

³² Gemala DPewi, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Peransuriansan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 128-129.

yang pertama mengandung arti bahwa pendirian asuransi syariah merupakan implementasi dari nilai-nilai syariah yang termuat di dalam Al-Qur'an dan al-Sunnah, serta pendapat ulama atau fuqaha yang tertuang dalam karya-karyanya.

1) Al-Quran

Al-Qur'an tidak menyebutkan secara tegas ayat yang menjelaskan tentang praktik asuransi seperti yang ada pada saat ini. Diantara ayat-ayat al-Qur'an yang mempunyai muatan nilai-nilai yang ada dalam praktik asuransi adalah.

a) Surah al-Maidah [5]: 2

Artinya: “..Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. (QS. Al-Maidah [5]: 2)³³

Dalam ayat ini, perintah tolong-menolong antar sesama manusia. Dan dalam bisnis asuransi, nilai ini terlihat dalam praktik kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*).

³³AM. Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis, dan Praktis, Ed. 1 Cet. 1*, (Jakarta: Kencana, 2004), 105.

b) Surah al-Baqarah [2]:

Artinya: “...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...” (QS. Al-Baqarah [2]: 185).

Dalam konteks bisnis asuransi, ayat tersebut dapat dipahami bahwa dengan adanya lembaga asuransi, seseorang dapat memudahkan untuk menyiapkan dan merencanakan kehidupannya di masa mendatang dan dapat melindungi kepentingan ekonominya dari sebuah kerugian yang tidak disengaja.

c. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah

Prinsip utama dalam asuransi syariah adalah *ta'awun 'ala al birri waal-taqwa* (tolong menolonglah kamu sekalian dan taqwa) dan *alta'min* (rasa aman). Para pakar ekonomi Islam mengemukakan bahwa asuransi syariah atau asuransi takaful ditegakkan atas tiga prinsip utama, yaitu:

1) Saling tanggung jawab

Yang berarti para peserta asuransi takaful memiliki rasa tanggung jawab bersama untuk membantu dan menolong peserta lain yang mengalami musibah atau kerugian dengan niat ikhlas, karena memikul tanggung jawab dengan niat ikhlas adalah ibadah.

2) Saling bekerja sama atau saling membaatu

Yang berarti di antara peserta asuransi takaful yang satu dengan lainnya saling bekerja sama dan saling tolong-menolong dalam mengatasi kesulitan yang dalam karena sebab musibah yang dideritanya.

3) Saling melindungi penderitaan satu sama lain

Yang berarti bahwa para peserta asuransi takaful akan berperan sebagai pelindung bagi peserta lain yang mengalami gangguan keselamatan berupa musibah yang dideritanya.³⁴

Prinsip dasar yang ada dalam asuransi syariah tidaklah jauh berbeda dengan prinsip dasar yang berlaku pada konsep ekonomika Islami secara komprehensif dan bersifat major. Hal ini disebabkan oleh kajian asuransi syariah yang merupakan turunan (minor) dari konsep ekonomi Islami.

Biasanya literatur ekonomika Islami selalu melakukan penurunan nilai pada tataran konsep atau institusi yang ada dalam lingkup kajiannya, seperti lembaga perbankan dan asuransi. Begitu juga dengan asuransi, harus dibangun di atas pondasi dan prinsip dasar yang kuat serta kokoh. Dalam hal ini, prinsip dasar asuransi syariah ada sembilan macam, yaitu:

³⁴Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia, Ed. Revisi, Cet. 4*, (Jakarta: Kencana, 2004), 146.

1) Tauhid (*unity*)

Prinsip tauhid adalah dasar utama dari setiap bentuk bangunan yang ada dalam syariah Islam. Artinya bahwa, dalam setiap gerak langkah serta bangunan hukum harus mencerminkan nilai-nilai ketuhanan. Tauhid sendiri dapat diartikan sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Manusia dengan atribut yang melekat pada dirinya adalah fenomena sendiri yang realitanya tidak dapat dipisahkan dari penciptanya.

Dalam berasuransi yang harus diperhatikan adalah bagaimana seharusnya menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah yang tertuntun oleh nilai-nilai ketuhanan. Paling tidak, dalam setiap melakukan aktivitas berasuransi ada semacam keyakinan dalam hati bahwa Allah SWT selalu mengawasi seluruh gerak langkah kita dan selalu berada bersama kita. Kalau pemahaman semacam ini terbentuk dalam setiap “pemain” yang terlibat dalam perusahaan asuransi maka pada tahap awal masalah yang sangat urgensi telah terlalu dan dapat melangsungkan perjalanan bermuamalah seterusnya.³⁵

2) Keadilan (*justice*)

Prinsip kedua dalam berasuransi adalah terpenuhinya nilai-nilai keadilan (*justice*) antara pihak-pihak yang terikat dengan akad asuransi. Keadilan dalam hal ini dipahami sebagai upaya dalam

³⁵ Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 126.

menempatkan hak dan kewajiban antara nasabah (anggota) dan perusahaan asuransi.

Pertama, nasabah asuransi harus memposisikan pada kondisi yang mewajibkannya untuk selalu membayar iuran uang santunan (premi) dalam jumlah tertentu kepada perusahaan asuransi dan mempunyai hak untuk mendapatkan sejumlah dana santunan jika terjadi peristiwa kerugian. Kedua, perusahaan asuransi yang berfungsi sebagai lembaga pengelola dana mempunyai kewajiban membayar klaim (dana santunan) kepada nasabah.

Di sisi lain, keuntungan (*profit*) yang dihasilkan oleh perusahaan asuransi dari hasil investasi dana nasabah harus dibagi sesuai dengan akad yang disepakati sejak awal. Jika nisbah yang disepakati antara kedua belah pihak 40:60, maka realita pembagian keuntungan juga harus sama.

3) Kerjasama (*cooperation*)

Kerjasama dalam bisnis asuransi dapat berwujud dalam bentuk akad yang dijadikan acuan antara kedua belah pihak yang terlibat, yaitu antara anggota (nasabah) dan perusahaan asuransi. Dalam operasionalnya, akad yang dipakai dalam bisnis asuransi dapat memakai konsep *mudharabah* atau *musha'arakah*.³⁶

³⁶ Ibid.

4) Tolong-menolong (*Ta'awun*)

Para peserta asuransi syariah diharapkan saling bekerja sama dan saling bantu membantu dalam mengatasi kesulitan yang dialami karena suatu musibah yang dideritanya.³⁷

5) Amanah

Prinsip amanah dalam organisasi perusahaan dapat terwujud dalam nilai-nilai akuntabilitas (pertanggung jawaban) perusahaan melalui penyajian laporan keuangan tiap periode. Dalam hal ini perusahaan asuransi harus memberi kesempatan yang besar bagi nasabah untuk mengakses laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi harus mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dalam bermuamalah dan melalui *auditorpublic*.

Prinsip nasabah juga harus berlaku pada diri nasabah asuransi. Seseorang yang menjadi nasabah asuransi berkewajiban menyampaikan informasi yang benar berkaitan dengan pembayaran dana iuran (premi) dan tidak memanipulasi kerugian yang menimpa dirinya.

6) Kerelaan

Dalam bisnis asuransi, kerelaan dapat diterapkan pada setiap anggota (nasabah) asuransi agar mempunyai motivasi dari awal untuk merelakan sejumlah dana (premi) yang disetorkan ke

³⁷Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 265.

perusahaan asuransi, yang difungsikan sebagai dana sosial (*tabarru'*) memang betul-betul digunakan untuk tujuan membantu anggota (nasabah) asuransi yang lain jika mengalami bencana kerugian.³⁸

7) Larangan judi (*Maysir*)

Syafi'i Antonio sebagaimana dikutip Ali mengatakan bahwa unsur maysir artinya adanya salah satu pihak yang untung namun di lain pihak justru mengalami kerugian. Hal ini tampak jelas apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversingperiod*, biasanya tahun ketiga maka yang bersangkutan tidak akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan kecuali sebagian kecil saja. Juga adanya unsur keuntungan yang dipengaruhi oleh pengalaman *underwriting*, di mana untung-rugi terjadi sebagai hasil dari ketetapan.³⁹

8) Larangan *Gharar* (Ketidakpastian)

Menurut Syafi'i Antonio sebagaimana dikutip Ali, secara syariah dalam akad pertukaran harus jelas berapa yang harus dibayarkan dan berapa yang harus diterima. Keadaan ini akan menjadi rancu (*gharar*) karena kita tahu berapa yang akan diterima (sejumlah uang pertanggungan), tetapi tidak tahu berapa yang akan dibayarkan (jumlah seluruh premi) karena hanya Allah

³⁸ Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, 130-131.

³⁹ *Ibid.*, 134.

yang tahu kapan seseorang akan meninggal. Di sinilah *gharar* terjadi pada asuransi konvensional.⁴⁰

9) Larangan Riba

Riba terdapat pada bisnis asuransi komersial dalam segala tingkatannya, dari kalkulasi premi hingga pemberian kompensasi kepada penderita yang mengalami musibah. Seluruh dana perusahaan asuransi diinvestasikan pada investasi-investasi dengan pendapatan tetap (bunga) dan semua keuntungan yang dibayarkan kepada peserta asuransi yang mengalami musibah mengandung unsur bunga.⁴¹

d. Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional

Berikut ini adalah perbedaan asuransi syariah dan asuransi konvensional:

No	Keterangan	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
1	Konsep	Sekumpulan orang yang saling membantu, saling menjamin, dan bekerjasama dengan cara masing-masing mengeluarkan dana <i>tabarru'</i> .	Perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan pergantian kepada tertanggung.
2	Asal usul	Kebiasaan suku arab jauh sebelum islam datang. Kemudian disahkan oleh	Dari masyarakat Babilonia 4000-3000 SM yang terkenal dengan perjanjian

⁴⁰Ibid., 136.

⁴¹ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 85

No	Keterangan	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
		Rasullulah menjadi hukum islam, bahkan telah tertuang dalam konstitusi pertama di dunia (Kontribusi Madinah) yang dibuat langsung Rasullulah.	Hammurabi. Tahun 1668 M di Coffe House London sebagai cikal bakal asuransi konvensional.
3	Sumber hukum	Bersumber dari wahyu Ilahi. Sumber hukum dalam syariah Islam adalah al-Quran, Sunnah atau kebiasaan Rasul, Ijma', Fatwa Sahabat, Qiyas, istihsan, 'Urf dan Masalih Mursalah..	Bersumber dari pikiran manusia dan kebudayaan. Berdasarkan hukum positif, hukum alami, dan contoh sebelumnya.
4	Maghrib	Bersih dari adanya praktik Maysir, Gharar, dan Riba.	Tidak selaras dengan syariah Islam karena adanya Maysir, Gharar, dan Riba hal yang diharamkan dalam muamalah.
5	DPS	Ada, yang berfungsi untuk mengawasi pelaksanaan operasional perusahaan agar terbebas dari praktik-praktik muamalah yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.	Tidak ada, sehingga dalam praktiknya bertentangan dengan kaidah-kaidah syara'.
6	Akad	Akad <i>tabarru'</i> dan akad <i>tijarah</i> .	Akad jual beli.
7	Jaminan/ <i>risk</i>	<i>Sharing of risk</i> , dimana terjadi proses saling	<i>Transfer of risk</i> , dimana terjadi transfer risiko

No	Keterangan	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
		menanggung antara satu peserta dengan peserta lainnya (<i>ta'awun</i>).	dari bertanggung kepada penanggung.
8	Pengelolaan Dana	Pada produk-produk saving life terjadi pemisahan dana, yaitu dana <i>tabarru'/'derma'</i> dan dana peserta, sehingga tidak mengenal istilah dana hangus. Sehingga untuk <i>term insurance life</i> dan <i>generalinsurance</i> semuanya bersifat <i>tabarru'</i> .	Tidak ada pemisahan dana, yang berakibat pada terjadinya dana hangus (untuk produk <i>saving life</i>).
9	Investasi	Dapat melakukan investasi sesuai ketentuan perundang-undangan, sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, bebas dari riba dan tempat-tempat investasi terlarang.	Bebas melakukan investasi dalam batas batas ketentuan perundang-undangan dan tidak terbatas pada halal dan haramnya objek atau sistem investasi yang digunakan.
10	Kepemilikan Dana	Dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi, merupakan milik peserta (<i>sahibulmal</i>), perusahaan hanya sebagai pemegang amanah (<i>mudarib</i>) dalam mengelola dana tersebut.	Dana yang terkumpul dari premi peserta seluruhnya menjadi milik perusahaan dan perusahaan bebas menggunakan serta menginvestasikan ke mana pun.
11	Keuntungan	Profit yang diperoleh dari surplus	Keuntungan yang diperoleh dari surplus

No	Keterangan	Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional
		<i>underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi, bukan seluruhnya menjadi milik perusahaan, tapi dilakukan bagi hasil (mudharabah) dengan peserta.	<i>underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi seluruhnya adalah keuntungan perusahaan.
12	Visi Dan Misi	Misi yang diemban dalam asuransi syariah adalah misi akidah, misi ibadah (<i>ta'awun</i>), misi ekonomi, dan misi pemberdayaan umat (sosial).	Secara garis besar misi utama dari asuransi konvensional adalah misi ekonomi dan misi sosial.

Tabel 2.1
Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional⁴²

2. Keputusan Menjadi Nasabah

a. Pengertian Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut William J. Stanton keputusan untuk kebanyakan produk hanyalah suatu kegiatan rutin dalam kebutuhan akan cukup terpuaskan melalui pembelian ulang suatu produk yang sama. Namun apabila terjadi perubahan, baik harga, produk maupun pelayanan yang diterima maka konsumen mungkin tidak akan mengulang kembali keputusannya dengan mempertimbangkan berbagai alternatif produk

⁴² Abdul Ghofur Anshori, *Asuransi Syariah Di Indonesia: Regulasi Dan Operasionalisasinya Di Dalam Kerangka Hukum Positif Di Indonesia* (Yogyakarta: UII Press, 2007), 17-18.

lainnya.⁴³ Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk keputusan adalah tahap proses konsumen menentukan pilihannya untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Sejalan dengan Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah suatu proses seleksi untuk memilih di antara dua atau lebih alternatif pilihan.⁴⁴

Keputusan merupakan pemilihan diantara berbagai alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian yaitu ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik dan ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan itu makin mendekati pada tujuan tersebut.⁴⁵

Nasabah adalah istilah yang mengacu kepada individu yang memanfaatkan barang dan jasa hasil produksi pihak lain. Dalam hal ini nasabah asuransi syariah juga termasuk konsumen yang memanfaatkan asuransi syariah sebagai salah satu pemenuhan kebutuhannya. Menurut Efendi nasabah merupakan kunci elemen dalam perilaku nasabah di mana mereka memahami apa yang mereka perlukan, mencari produk yang sesuai dengan yang mereka butuhkan, menggunakan produk untuk memuaskan kebutuhan serta membuang produk ketika kebutuhan telah terpenuhi. Secara umum nasabah merupakan pembeli

⁴³ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran, ter. Yohanes Lamarto*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 247.

⁴⁴ Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2004), 493.

⁴⁵ Usman Efendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 247.

atau pelanggan yang membutuhkan barang atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan hidup.⁴⁶

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan menjadi nasabah asuransi syariah merupakan proses pengambilan keputusan seseorang untuk memanfaatkan produk maupun jasa yang tersedia di dalam asuransi syariah dalam rangka pemenuhan kebutuhannya. Dalam ilmu ekonomi dibuktikan bahwa seseorang akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan diantaranya yaitu sebagai berikut.⁴⁷

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas pada perilaku konsumen. Perusahaan harus mengetahui peran yang dimainkan oleh budaya, sub budaya dan kelas sosial.

a) Budaya

Budaya digunakan dalam studi pemasaran terutama dalam perilaku konsumen, mengacu pada nilai, gagasan, artefek dan simbol-simbol lain yang bermakna membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai

⁴⁶ Ibid.,

⁴⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. (Bandung: Alfabeta, 2017), 82.

anggota masyarakat.⁴⁸ Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang pemasar selalu berusaha menemukan perubahan budaya untuk menemukan produk yang baru yang mungkin diinginkan orang.⁴⁹

b) Sub Budaya

Masing-masing budaya mengandung sub budaya yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum.⁵⁰ Dapat juga didefinisikan sebagai kelompok budaya berbeda yang ada sebagai segmen yang dapat dikenali dalam masyarakat tertentu yang lebih luas dan lebih kompleks. Sub budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan daerah geografis. Banyak sub budaya membentuk segmen pasar yang penting, dan pemasar sering merancang produk dan program pemasaran yang dibuat untuk kebutuhan mereka.⁵¹

c) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya, menganut nilai-nilai, dan minat yang sama. Mereka dibedakan atas dasar sosioekonomi yang berjarak dari rendah hingga tinggi. Status

⁴⁸Ibid, 46.

⁴⁹Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2002), 159.

⁵⁰Schiffman dan Kanuk, *Perilaku Konsumen*, 382.

⁵¹Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 160.

kelas sosial kerap menghasilkan bentuk perilaku berbeda.⁵² Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, seperti pendapatan, tapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, kekayaan dan variabel lain.

2) Faktor Sosial

Manusia hidup di tengah-tengah masyarakat, dan tentu manusia akan dipengaruhi oleh masyarakat disekitarnya. Dengan demikian perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya:

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.⁵³ Kelompok referensi dapat berfungsi sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang yang akan melakukan pembelian produk atau jasa. Konsep dasar tersebut memberikan perspektif yang berharga untuk memahami pengaruh orang lain terhadap kepercayaan, nilai dan perilaku seseorang.⁵⁴

b) Keluarga

Dalam perilaku konsumen keluarga memiliki pengaruh secara langsung terhadap suatu keputusan. Setiap anggota

⁵²Effendi, *Psikologi Konsumen*, 249.

⁵³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2002), 170.

⁵⁴ Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 292.

keluarga memiliki kebutuhan dan selera yang berbeda-beda. Keluarga merupakan organisasi pembelian seseorang yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Dan bagi seorang individu keluarga merupakan kelompok referensi yang paling berpengaruh.⁵⁵

c) Peranan dan status sosial konsumen

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Status yang dimiliki seseorang dalam suatu kelompok sosial dari ruang lingkup yang kecil sampai yang lebih besar, mempengaruhi suatu perilaku konsumen dalam menentukan suatu keputusan. Orang-orang memilih produk yang dapat mengomunikasikan peran status mereka di masyarakat.⁵⁶

3) Faktor pribadi

Keputusan seseorang juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti:

a) Umur dan tahapan daur hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Selera orang terhadap produk berkaitan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga (mulai bujangan, mencari pasangan hidup, menikah lalu memiliki

⁵⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 215.

⁵⁶ Ibid.

anak). Meskipun demikian, saat ini pemasar juga semakin banyak mengantarkan produk untuk sejumlah tahap lainnya seperti pasangan yang belum menikah, bujangan yang akan menikah, pasangan tanpa anak, pasangan sesama jenis, orang tua tunggal, orang tua lanjut dan lain.

b) Pekerjaan dan lingkungan hidup

Perilaku seseorang juga mempengaruhi pola konsumsi. Pilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang yaitu penghasilan yang dapat dibelanjakan.⁵⁷ Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka dan bahkan menghantarkan produk khusus untuk pekerjaan tertentu.⁵⁸

c) Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekadar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia. Jika digunakan secara cermat,

⁵⁷Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, 168.

⁵⁸Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, 173.

konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai seseorang yang berubah dalam memilih suatu produk.⁵⁹

c. Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana proses keputusan oleh seseorang dikelompokkan menjadi tiga macam yaitu:⁶⁰

1) *Nominal (habitual) decision making*

Proses *nominal (habitual) decision making* dapat dikelompokkan menjadi sub bab kategori yaitu *brand loyalpurchase* (pembelian dikarenakan konsumen telah loyal dan memiliki ikatan emosional tertentu dengan merek spesifik yang dipandang telah mampu memenuhi kebutuhan) dan *repeatpurchase* (konsumen beranggapan bahwa semua merek dalam kategori produk tertentu pada hakikatnya adalah sama, karena itu ia tidak memandang penting kategori produk tersebut, ia membeli produk tanpa ikatan emosional).⁶¹

2) *Limited decision making*

Proses *limited decision making* berlangsung manakala seseorang mengidentifikasi masalah atau kebutuhannya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha mencari informasi

⁵⁹Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 173.

⁶⁰Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016), 61.

⁶¹ Ibid.,

terkait suatu produk atau jasa.⁶² Biasanya proses ini berlangsung untuk pengambilan keputusan yang bersifat rutin.

3) *Extended decision making*

Proses ini merupakan proses yang paling lengkap, bermula dari identifikasi masalah atau kebutuhan seseorang yang dapat dipecahkan. Dalam tahap ini seseorang mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif dapat memecahkan masalahnya. Evaluasi produk akan mengarah pada pengambilan keputusan. Selanjutnya seseorang akan mengevaluasi hasil keputusannya berdasarkan pengalaman yang ia rasakan.

Kotler dan Amsstrong (2012) mengungkapkan ada lima tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen, yaitu:⁶³

1) Pengenalan masalah

Tahapan ini adanya pengenalan masalah atau kebutuhan oleh konsumen sebagai akibat dari proses pembelian. Pembeli merasakan adanya kesenjangan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan nyata.

2) Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen mulai tertarik untuk mengumpulkan informasi lebih banyak. Informasi diperoleh dari berbagai sumber, misalnya keluarga, teman, iklan, media massa,

⁶² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (Jakarta: Erlangga, 2006) 252.

⁶³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. 88-

bahkan pengalaman seseorang. Konsumen akan mulai mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya dan mencari informasi dari luar.

3) Evaluasi alternatif

Pada tahapan ini informasi yang telah ada digunakan untuk mengevaluasi merek maupun brand dalam perangkat pilihan. Pada tahap ini konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalahnya. Konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalahnya. Konsumen akan membentuk kepercayaan, sikap dan intensinya mengenai alternatif produk yang dipertimbangkan tersebut.

4) Keputusan pembelian

Pada tahap ini konsumen melakukan pembelian dan penggunaan suatu produk atau jasa. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya sikap dari orang lain, motivasi, faktor situasi, dan tindakan yang diterima oleh seseorang dari perusahaan.⁶⁴

5) Perilaku pasca pembelian

Tahap ini merupakan tingkat dimana konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan atas keputusan membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa. Dengan demikian jika

⁶⁴ Sunyoto, *Perilaku Konsumen*, 74.

konsumen merasa puas maka akan ada peluang untuk melakukan pembelian ulang.⁶⁵

d. Indikator Keputusan Menjadi Nasabah

Dalam proses keputusan memiliki berbagai indikator yaitu sebagai berikut:⁶⁶

1) Berhubungan dengan toko (*store contact*)

Adanya keinginan untuk menggunakan suatu produk akan mendorong konsumen untuk mencari tempat ia membeli produk tersebut. Kontak dengan toko akan dilakukan konsumen untuk menentukan toko mana yang akan dikunjungi. Para pemilik biasanya mencari lokasi yang sangat strategis agar mudah dilihat oleh calon konsumen. Selain itu, pemilik juga menyelenggarakan pengumuman diskon melalui promosi. Tujuannya untuk menarik perhatian calon konsumen.

2) Mencari produk

Setelah konsumen mengunjungi toko, selanjutnya ia mencari produk yang akan digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Ia harus mencari lokasi dimana produk ditempatkan dalam toko tersebut. Bagi pemilik bertujuan agar konsumen selalu mengunjungi tokonya, bagi konsumen berkepentingan untuk memenuhi kebutuhannya. Biasanya calon konsumen akan mencari

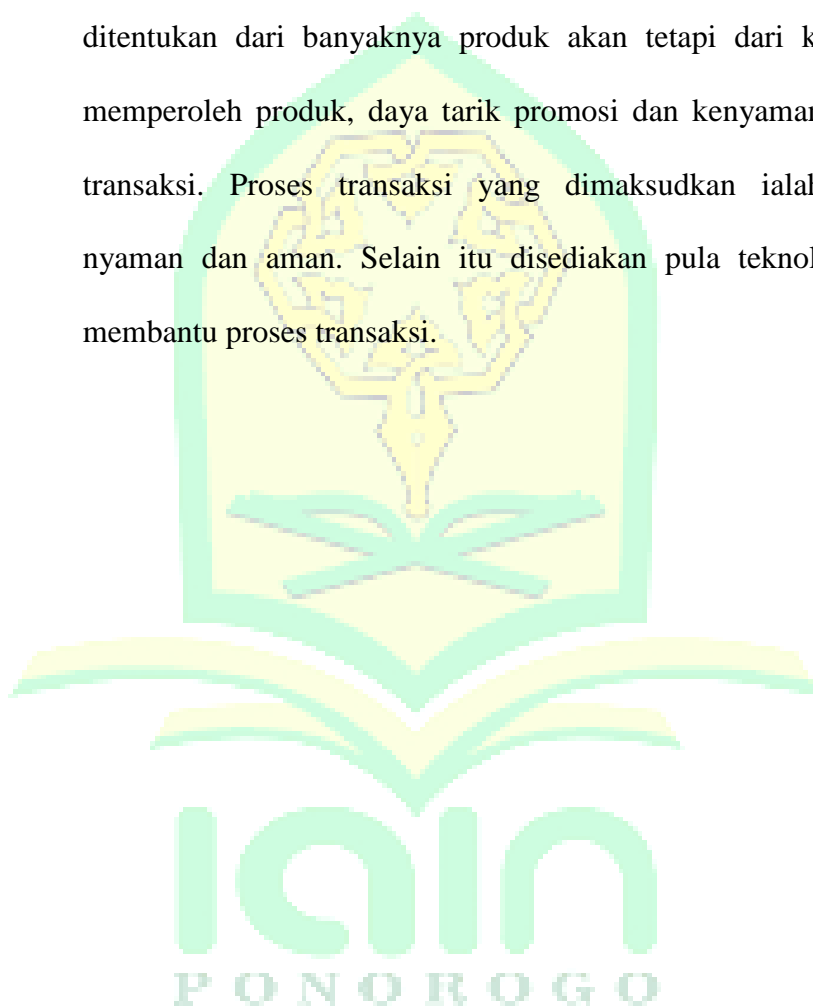
⁶⁵ Ibid.

⁶⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*,

produk yang menurutnya dapat memenuhi kebutuhannya dan menciptakan rasa kepuasan.

3) Transaksi

Tahap ketiga adalah melakukan transaksi. Kenyamanan seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk bukan hanya ditentukan dari banyaknya produk akan tetapi dari kemudahan memperoleh produk, daya tarik promosi dan kenyamanan proses transaksi. Proses transaksi yang dimaksudkan ialah singkat, nyaman dan aman. Selain itu disediakan pula teknologi untuk membantu proses transaksi.



BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Berikut ini adalah gambaran umum objek penelitian yang berada di Asuransi Prudential Ponorogo.

1. Sejarah Berdirinya Asuransi Prudential

Sejarah Berdirinya Asuransi Prudential PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dengan nama PT Prudential Banch Bali Life Assurance (PBBL) pada tanggal 2 November 1995, yang merupakan hasil merger antara Prudential dan Bank Bali Indonesia. Kantor pemasaran pertamanya berdiri pada Oktober 1996 di Gedung Artha Graha Building.⁶⁷

Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008. Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007.

⁶⁷ Prudential Indonesia produk-produk asuransi syariah” dalam <https://www.prudential.co.id/id/syariah-product-list/> diakses pada tanggal 4 Maret 2021 pada pukul 10.00 WIB.

Sejak peluncuran produk asuransi terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya. Sampai dengan 31 Desember 2016, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam, dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 260.000, tenaga pemasar berlisensi di 393 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali.⁶⁸

Pada *Insurance Award 2017 Media Asuransi* yang diselenggarakan oleh Majalah Media Asuransi. Sebanyak 33 Best *Insurance 2017* diberikan kepada perusahaan-perusahaan asuransi jiwa, asuransi umum, reasuransi, dan asuransi syariah berdasarkan kinerja keuangan per Desember 2016. Penghargaan *BestLife Insurance 2017* Ekuitas Rp 2,5 Triliun ke atas diberikan kepada PT. Prudential Life Assurance. Beberapa pencapaian bisnis kunci sampai 31 Desember 2016:

⁶⁸ Ibid.

- a. Total pendapatan premi: Rp 26,5 triliun
- b. Total kontribusi dana tabarru' : Rp 2,2 triliun
- c. Total aset: Rp 64,2 triliun
- d. Total dana kelolaan: Rp 54,4 triliun
- e. Total klaim dibayarkan: Rp 9,9 triliun
- f. Risk-Based Capital (RBC): 1.061% (di atas ketentuan Pemerintah sebesar 120%).⁶⁹

PT. Prudential Life Assurance di Ponorogo yang beralamatkan di Jalan Arif Rahman Hakim nomor 68, merupakan kantor keagenan resmi pertama di Ponorogo yang berdiri pada Februari tahun 2013 yang mana sebelum pindah di JL. Arif Rahman Hakim berada di JL. Soekarno Hatta, dengan nama kantor Unit PZI-Pru Future Team Ponorogo yang dipimpin oleh Bapak Jajang Fataro Akbar bersama istri yang bernama Bu Marisa, yang juga merupakan Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Pru Future Team kantor cabang dari kantor pusat di Yogyakarta. Adapun kantor pusat untuk seluruh Prudential Indonesia berada di Prudential Tower yang beralamatkan di Jalan Jenderal Sudirman Kav. 79 Jakarta. Kantor keagenan PT. Prudential Life Assurance di Ponorogo ini terbilang masih baru berdiri, karena sebelumnya belum ada Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) PT. Prudential Life Assurance di karesidenan Madiun.

Kantor keagenan PT. Prudential Life Assurance di Ponorogo memiliki sekitar 5 pegawai yang bekerja di dalamnya dan melingkupi

⁶⁹ Ibid.,

seluruh agen se-karesidenan Madiun bahkan di luar Madiun juga dilayani. Jam kerja pegawai yaitu pada hari Senin-Jum'at mulai pukul 08.30 s/d 16.00 WIB dan pada hari sabtu libur.

2. Visi, Misi dan Motto Asuransi Prudential

a. Visi

Menjadi perusahaan Nomor satu di Asia dalam hal:

- 1) Melayani nasabah
- 2) Memberikan hasil terbaik pemegang nasabah
- 3) Mempekerjakan orang-orang yang baik.⁷⁰

b. Misi

"Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi, serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan."

c. Motto

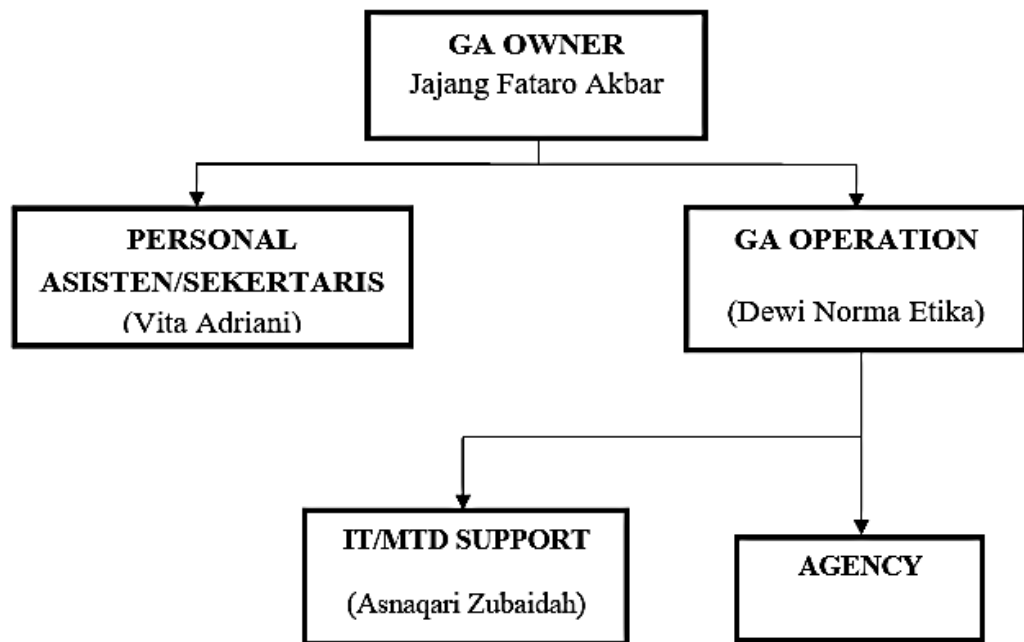
"Hanya dengan mendengarkan, kami dapat memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, dan hanya dengan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, kami dapat memberikan produk dan tingkat pelayanan sesuai dengan yang diharapkan."

⁷⁰ Ibid.,

3. Struktur Organisasi Prudential Life Assurance Ponorogo

a. Struktur Organisasi di PT. Prudential Life Assurance Cabang Ponorogo.

Berikut ini adalah susunan Struktur Organisasi di Kantor Prudential Assurance Ponorogo:⁷¹



Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Prudential Life Assurance Ponorogo

B. Temuan Data

1. Perkembangan Produk Asuransi Syariah Prudential Ponorogo.

Pada bagian ini, dijelaskan terkait data-data yang telah ditemukan tingkat Perkembangan produk asuransi syariah prudential ponorogo. maka dilakukan wawancara sebanyak 5 konsumen dengan menjawab 10

⁷¹ Dewi Norma Etika, *Wawancara*, 15 Februari 2021.

pertanyaan. Kemudian untuk data hasil wawancara dapat dirangkum sebagai berikut ini :

Perkembangan produk asuransi syariah menurut hasil wawancara yang diperoleh dari agen yaitu:

“Pada masa pandemi, ini masih ada nasabah baru yang klaim sakit, klaim meninggal dan bahkan ada yang putus kontrak meskipun tidak sebanyak tahun lalu, Sudah banyak juga masyarakat yang sudah sadar dengan asuransi tetapi, masih ada juga yang begitu memahami asuransi ini. Produk yang ada yaitu -Pru Link Syariah Account -Pru Link Syariah Investor Account -Pru Link Syariah Education -Pru Link Syariah Protection”⁷²

Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen yaitu oleh ibu Winda Nuraini :⁷³

“Kalo untuk produknya sih yang saya tahu hanya asuransi pendidikan dan asuransi jiwa mbak”

Berdasarkan data yang diperoleh dari konsumen yaitu oleh pak Bambang :⁷⁴

“Kalo produknya ini yang saya tahu ada asuransi pendidikan sama asuransi kesehatan saja mbak.”

Hal yang sama juga disampaikan oleh Bapak Edy yaitu sebagai berikut:⁷⁵

“Kalo produknya cukup banyak mbak tapi yang saya tahu itu asuransi kesehatan, pendidikan sama yang syariah itu yang dikaitkan dengan investasi itu mbak.”

⁷² Vita Adriani, Wawancara, 9 Agustus 2021.

⁷³ Winda Nuraini, Wawancara 17 September 2021.

⁷⁴ Bambang, Wawancara 15 September 2021.

⁷⁵ Edy Winaryono, Wawancara 26 September 2021.

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Anjarwati yaitu sebagai berikut:⁷⁶

“Produk yang saya tahu itu hanya asuransi pendidikan dan asuransi kesehatan mbak.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas konsumen belum memahami produk-produk yang ada diasuransi syariah ponorogo. Dikarenakan sebagian konsumen belum teralalu memahami dan mempelajari tentang produk-produk yang ada di Asuransi Syariah Prudential Ponorogo.

2. Faktor-faktor Resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi syariah di Prudential Ponorogo

Pada bagian ini, dijelaskan terkait data-data yang telah ditemukan faktor-faktor resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi syariah prudential ponorogo.

Faktor resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi syariah prudential ponorogo berdasarkan hasil wawancara menurut bapak Bambang yaitu:⁷⁷

“Saya tahu asuransi ini lewat agennya mbak agennya memberikan saya brosur asuransi. Iya mbak setelah memberikan brosur agennya menjelaskan dengan jelas manfaatnya berasuransi dan memberikan arahan produk yang sesuai dengan kebutuhan saya mbak. Menurut saya asuransi syariah ini baik mbak ditambah lagi dengan sisitemnya yang sudah sesuai dengan ajaran islam itu juga sangat bagus mbak. Menurut saya bagus mbak asuransi ini sangatlah bermanfaat. Ya sepertinya itu kurang memahami asuransi aja mbak atau bisa jadi produknya yang tidak sesuai saat membeli produknya itu, jadi nasabahnya tidak merasa puas. Kalo setahu saya asuransi itu sangat bermanfaat untuk kedepannya. Jika saat ini saya sedang mencari produk mba yang sesuai dengan kebutuhan saya bukan gimana-gimana mbak, jika kita membeli barang yang tidak sesuai kenapa kita beli kan?Kalo untuk sekarang ini saya belum tertarik mbak.

⁷⁶ Anjarwati, Wawancara 17 September 2021.

⁷⁷ Bambang, Wawancara 15 September 2021.

Iya mbak. Ini karena saat ini penghasilan saya tidak menyukupi untuk asuransi mbak. Apalagi di masa pandemic seperti ini mbak penjualan menurun. Ya sekitar 1jutaan itu pun juga masih dibagi sama kebutuhan keluarga pembelanjaan ulang dan pengeluaran yang lainnya mbak. Sampai saat ini belum bisa menyisihkan uang buat asuransi mbak. Iya mbak. Kalo penghasilan yang pas-pasan ini masih dipertimbangkan juga mbak.” Ada mbak temen saya juga ikut asuransi, malah yang pertama itu saya dikenalin sama saudara saya mbak baru agennya itu menemui saya. Katanya memang asuransi ini sangat bermanfaat untuk kedepannya. Menurut saya juga sangat membantu juga. Ya saya Cuma pedagang mbak penghasilan juga naik turun apa lagi ada covid sekarang ini mbak menurun penghasilannya. Ya saya Cuma pedagang mbak jadi ya harus meminimalisir pengeluaran juga. Sebenarnya asuransi bagus mbak tapi ya dengan kondisi keuangan yang pas-pasan juga harus dipertimbangkan lagi mbak. Sebenarnya minat mbak apalagi ini asuransi syariah sudah sesuai dengan ajaran islam kan, tapi ya itu tadi mbak penghasilan saya masih cukup untuk kebutuhan keluarga sendiri.”

Berdasarkan hasil wawancara menurut Bapak Edy Winaryono yaitu sebagai berikut:⁷⁸

“Saya taunya itu dari agen mbak sempat bertemu dengan agennya itu beberapa kali mbak. Jadi ya cukup mengenal baik mbak asuransi ini. Ya jelas untuk sekarang Kebiasaan dan kepercayaan masyarakat di sini itu seperti menabung itu mbak kan di sini setiap bulan ada tabungan lingkungan atau juga arisan semacam itu mbak. Tidak ada mbak. Ya mungkin karena kepercayaan masyarakat di sini itu bukan dengan asuransi ya.. apalagi dengan berita-berita buruk asuransi itu mbak Ya kalo saat ini usia saya masih 30th mbak mungkin ya membutuhkan terlebih juga ada asuransi pendidikan juga ya. Menurut saya asuransi syariah ini baik mbak. Asuransi ini juga dapat membantu kita jika terdapat musibah, terlebih asuransi syariah ini juga bisa investasi juga. Ya untuk sekarang saya berminat mbak asuransi syariah ini bagus. Tetapi dengan berita yang buruk juga membuat ragu terlebih keluarga maupun saudara saya tidak ada yang ikut asuransi mbak.. Yaa saya tau sih mbak berita buruk itu. Memang banyak berita buruk bahkan juga ada dari asuransi prudential ini. Ya kalo saya pribadi sih percaya ngga percaya sih mbak sama berita buruk itu. Tetapi yang jelas membuat ragu untuk ikut mbak. Sebenarnya bisa dicoba sih mbak, tapi melihat keluarga atau saudara yang tidak ikut juga belum begitu minat mbak, terlebih dulu itu teman saya pernah ikut dan akhirnya keluar mbak. Jadi masih ragu juga.. Iya mbak saya juga masih ragu juga karena berita buruk tersebut.”

⁷⁸ Edy Winaryono, Wawancara 26 Agustus 2021.

Berdasarkan hasil wawancara menurut ibu Winda Nuraini yaitu sebagai berikut :⁷⁹

“Menurut saya asuransi ini sama saja mbak dengan asuransi-asuransi yang lainnya. Kata tetangga saya sistemnya itu sama kaya BPJS itu mbak yang bayar setiap bulannya. Iya mbak. Banyak sekali itu berita-berita buruk tentang asuransi ada yang bilang kalo uangnya itu hilang ada juga yang dipersulit klaimnya. Aduh banyak sekali mbak ada juga itu diinternet berita mengenai banyak asuransi termasuk prudential... Iya mbak saya juga masih ragu, disamping ragu disini itu juga ga ada yang ikut asuransi mba, Ya dengan status pekerjaan saya yang hanya ibu rumah tangga dan dan suami saya perangkat desa sebenarnya ccuma pas-pasan mbak. Asuransi kan juga bayarnya itu perbulan ya sedangkan saya itu juga sudah ikut tabungan lingkungan arisan desa jadi sudah banyak tanggungan juga mbak Mungkin di usia saya dan suami perlu asuransi mbak.. tapi juga sudah punya BPJS sih mbak sekeluarga. Kalo saya lebih meminimalisir pengeluaran mbak sudah banyak juga tanggungan perbulan juga sudah punya BPJS Ya sebenarnya ini bagus mbak dapat menguntungkan juga untuk meminimalisir hal-hal yang akan datang. Ya saya masih ragu mbak. Banyak sekali yang bilang kalo klaimnya itu sulit apalagi ini banyak berita buruk mengenai asuransi saya juga sudah ada BPJS. Untuk sekarang engga dulu mbak, biasanya kita ibu2 itu budayanya ikut yang tabungan tiap minggu itu yang biasanya nabung seminggu 50 ribu atau 20 ribu gitu lo, karena ya kita hidup di Desa yang jauh dari perkotaan juga minim pengetahuan. Banyak sekali yang bilang kalo klaimnya itu sulit apalagi ini banyak berita buruk mengenai asuransi. Untuk sekarang engga dulu mbak ”

Berdasarkan hasil wawancara menurut Bapak Sunarlin yaitu sebagai berikut :⁸⁰

“Sudah mba, namun belum secara detail. Pas ada sosialisasi itu saya buru- buru berangkat ke kantor soalnya. Jadi saya hanya tau sekilas dan hanya dapat brosurnya saja dari teman-teman ,Kalo berita buruk tentang asuransi pernah mendengar mbak. Banyak orang yang bilang pernah tertipu. Tapi untuk proses penipuannya itu saya tidak tau mbak. Biasanya ada tabungan di lingkungan maupun di desa mbak. Belum ada sama sekali mbak di sini yang ikut asuransi itu.. kebanyakan ya punya BPJS ataupun KIS yang masuk program pemerintah itu mbak kalo disini Kalo dengan status sosial saya tidak mempengaruhi saya untuk ikut asuransi mbak. Karena ya memang saya belum begitu paham dengan

⁷⁹ Winda Nuraini, Wawancara 26 Agustus 2021.

⁸⁰ Sunarlin, Wawancara 26 Agustus 2021.

asuransi.. ya mungkin kalo paham bisa jadi mengikuti Kalo saya pribadi saya membutuhkan pengetahuan yang lebih lagi mbak, Karena saya sendiri memang belum tahu bagaimana mekanismenya mbak tetapi jika memang memberi manfaat untuk saya maupun keluarga saya bisa juga mbak bergabung. Ya saya rasa nanti jika asuransi ini sangat bermanfaat dan sangat dibutuhkan juga nanti saya pertimbangkan lagi mbk. Mungkin kalo memang asuransi ini benar-benar bermanfaat boleh dicoba mbak. Terkait lokasi kalo sekarang ini kan sudah online semua ya mbak. Jadi bisa digunakan juga dan terjangkau juga. Iya mbak betul sekali. Dari adanya sosialisasi ini kan bisa untuk memutuskan untuk ikut atau tidaknya mbak.”

Berdasarkan hasil wawancara menurut Ibu Anjarwati yaitu sebagai berikut :⁸¹

“Saya pernah mendapatkan tawaran dari agen mbak Ya belum begitu jelas sih mbak. Saya juga belum begitu paham dengan sistemnya itu tapi saya tau kalo asuransi syariah itu sudah sesuai dengan syariah islam mbak Menurut saya asuransi ini bagus mbak dapat bermanfaat jika ada resiko kedepannya. Apalagi ini sudah sesuai dengan syariat islam mbak malah lebih bagus. Kalo untuk bergabung saya masih bingung mbak, gabung atau tidaknya. Ya saya belum begitu paham mbak dengan produknya yang cocok dengan saya apa Kebanyakan menabung mbak di sini itu Ya sebenarnya juga dilihat dari penghasilan juuga mbak. Kalo penghasilan yang pas-pasan juga dipertimbangkan lagi mbak. Tetapi yang paling penting membeli produk kan harus paham manfaatnya dan juga produknya juga mbak. Ya mungkin bisa berminat jika sudah paham mbak. Tapi untuk sekarang saya belum begitu paham mbak terlebih saudara saya juga tidak ada yang ikut asuransi mba.”



⁸¹ Anjarwati, Wawancara 26 Agustus 2021.

BAB IV

**FAKTOR-FAKTOR RESISTANSI MASYARAKAT DESA NGRAYUN
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH ASURANSI SYARIAH
DI ASURANSI PRUDENTIAL PONOROGO**

A. Pembahasan

Pada bagian ini, dijelaskan terkait data-data yang telah ditemukan tingkat Perkembangan produk asuransi syariah prudential ponorogo serta faktor-faktor Resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi syariah prudential ponorogo. Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dideskripsikan berdasarkan logika dan teori-teori yang telah ada untuk kemudian dapat ditemukan suatu hal yang baru.

1. Analisis Perkembangan produk asuransi prudential ponorogo

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh sebagian konsumen mengetahui produk-roduk yang dimiliki asuransi syariah Prudential Yaitu memilih produk asuransi syariah kesehatan yang memiliki keuntungan, produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi syariah dengan pembayaran kontribusi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah. Di samping mendapatkan potensi hasil investasi, produk ini juga akan memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap risiko kematian atau risiko menderita cacat total dan tetap.

Kualitas Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan harus diperhatikan agar laku dijual sehingga konsumen

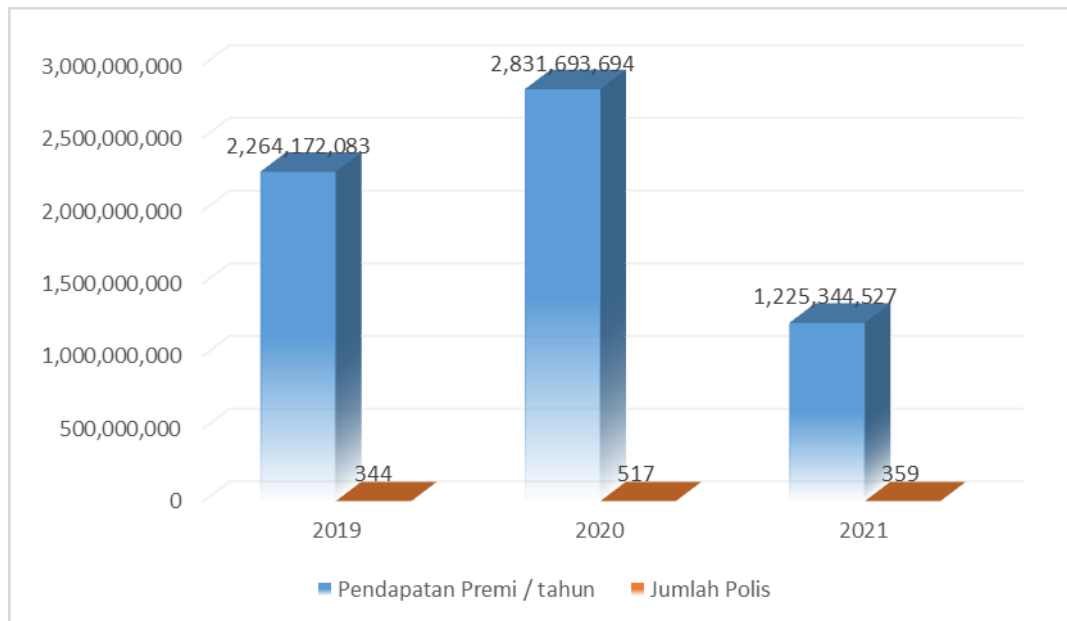
melakukan keputusan pembelian. Di pasar produk akan diperhatikan, dibeli, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen. Produk yang dibeli oleh konsumen adalah tentu produk yang menarik selera konsumen, terutama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang dihasilkan suatu perusahaan dapat terdiri dari tiga komponen, yaitu barang (*goods*), jasa (*services*) dan ide (*ideas*).⁸²

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Ngrayun ditemukan bahwa masyarakat di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun telah memperoleh sosialisasi dari agen Asuransi Syariah Prudential hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan pada berbagai konsumen yang merupakan masyarakat wilayah Desa Ngrayun, mereka mengatakan bahwa sudah dilakukan sosialisasi atau tawaran namun tidak secara berkala, sehingga pengetahuan yang mereka dapatkan tentang Asuransi ini masih sangat minim yang berdampak pada Keputusan konsumen untuk bergabung menjadi Nasabah. Dari hasil wawancara yang telah diperoleh 3 indikator tentang Keputusan konsumen belum terpenuhi yaitu pada bagian transaksi. Kemudahan untuk bertransaksi yang mereka perlukan belum didapatkan karena pihak agen yang belum melakukan sosialisasi secara berkala dan memberikan penjelasan secara detail.

Berdasarkan data wawancara yang telah diperoleh asuransi prudential ini sudah mendengarkan kebutuhan-kebutuhan yang dikeluarkan atau diperlukan oleh konsumen yang harus memiliki manfaat dan

⁸² Kotler & Keller. *Marketing management : analysis, planning and control*. (2012), 7.

berdasarkan syariah yang ada.



Gambar 4.1
Data Penjualan Polis Asuransi Syariah Prudential Ponorogo Tahun 2019-2021

Berdasarkan grafik tersebut diatas, diketahui bahwa pada tahun 2019, jumlah polis yang terjual sebanyak 344 polis dengan pendapatan premi per tahun sebesar Rp. 2.264.172.083. Pada tahun 2020, jumlah polis yang terjual sebanyak 517 polis dengan pendapatan per tahun sebesar Rp. 2.831.693.694. Sedangkan pada tahun 2021 jumlah polis yang terjual sebanyak 359 polis dengan pendapatan premi per tahun sebesar Rp. 1.225.344.527.

Paparan data tersebut menunjukkan perkembangan asuransi syariah prudential ponorogo selama tiga tahun terakhir. Data penjualan pada tahun 2019 ke 2020 mengalami peningkatan yang cukup baik dengan jumlah polis yang terjual sebelumnya sebesar 344 polis menjadi 517 polis di tahun 2020. Tetapi di tahun 2021, data penjualan polis mengalami penurunan cukup

drastis. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang masing-masing faktor merupakan hal yang saling berhubungan. Terutama di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun, terdapat faktor lain yang mempengaruhi perkembangan asuransi di lokasi tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, solusi yang dapat diterapkan agar perkembangan produk asuransi syariah prudential di Ponorogo mengalami peningkatan diantaranya: 1) Memberikan kemudahan transaksi dengan memberikan akses secara digital atau online, 2) Menyediakan sumber informasi atau agen di masing-masing wilayah terutama lokasi pedesaan, 3) Memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan terjangkau oleh masyarakat pedesaan, dan 4) Melakukan *follow-up* secara berkala terhadap nasabah yang telah terdaftar untuk menjalin komunikasi yang baik dan tercipta rasa kepercayaan terhadap pihak asuransi prudential Ponorogo.

2. Faktor-Faktor Resistensi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Prudential Ponorogo

Berdasarkan paparan data yang telah diperoleh, keputusan menjadi asuransi syariah prudential ponorogo dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu :

a. Budaya dan Sub Budaya

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang menjadi nasabah yaitu faktor budaya. Budaya digunakan dalam suatu studi pemasaran terutama dalam perilaku konsumen. Selain itu, budaya

juga merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang.⁸³ Sedangkan sub budaya merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang menjadi nasabah dengan lingkup yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Budaya dan sub budaya merupakan 2 hal yang saling berkaitan.

Pada hasil wawancara yang telah dilakukan dengan 5 narasumber yang telah memperoleh sosialisasi terkait asuransi syariah prudential di Desa Ngrayun , menurut Pak Bambang kebudayaan atau tradisi yang terdapat di desa Ngrayun merupakan menabung yang dikelola oleh kelompok di lingkungan tersebut.⁸⁴ Hal tersebut pun turut dibenarkan dengan pernyataan Pak Edy Winaryono, beliau menyatakan bahwa masyarakat di Desa Ngrayun memiliki kebiasaan dan kepercayaan seperti menabung yang diagendakan setiap bulan dan arisan.⁸⁵ Selain itu, Ibu Winda Nuraini turut membenarkan bahwa kebiasaan dan budaya yang telah terbentuk di Desa Ngrayun yaitu menabung, terkait keikutsertaan dengan asuransi, menurut Ibu Winda tidak ditemukan warganya yang bergabung dengan asuransi.⁸⁶ Menurut Bapak Sunarlin, masyarakat Desa Ngrayun memiliki kebudayaan yaitu menabung di lingkungan ataupun di desa.⁸⁷ Begitupun dengan pernyataan Ibu

⁸³ James F.Engel, Roger D. Blackwell, Miniard, *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1*, terj.F.X Budiyanto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 46.

⁸⁴ Bambang, Wawancara 26 Agustus 2021

⁸⁵ Edy Winaryono, wawancara 26 Agustus 2021

⁸⁶ Winda Nuraini, wawancara 26 Agustus 2021

⁸⁷ Sunarlin, wawancara 26 Agustus 2021

Anjarwati, membenarkan bahwa kebiasaan dari masyarakat di Desa Ngrayun yaitu menabung.⁸⁸

Kebudayaan yang terbentuk di Desa Ngrayun yaitu sistem menabung yang dikelola oleh lingkungan dan desa atau menggunakan arisan. Hal ini mempengaruhi seseorang untuk menentukan keputusannya menggunakan jasa asuransi sebagai rencana cadangan perihal keuangan di masa depan.

Hal ini sesuai dengan penelitian Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (2011), yang menyimpulkan bahwa budaya dengan nilai t hitung $< t$ tabel (1,673 0,05 yang berarti bahwa budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.⁸⁹

Berdasarkan penjabaran dari permasalahan yang ada faktor budaya ini dapat diminimalisir jika calon konsumen memiliki pengetahuan yang cukup tentang asuransi, jadi harus ada sosialisasi ataupun pembelajaran secara berkala. Sosialisasi ini bisa dilakukan dengan cara daring dengan melibatkan seluruh remaja yang ada di lingkungan tersebut. Maka, faktor lain yang timbul juga akan terminimalisir karena diadakannya sosialisasi ini.

b. Kelompok referensi dan Keluarga

Kelompok referensi merupakan kumpulan orang yang memiliki pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau

⁸⁸ Anjarwati, wawancara 26 Agustus 2021

⁸⁹ Atin Yulaifah. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah*. 2011.

perilaku seseorang.⁹⁰ Kelompok referensi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah memiliki fungsi yaitu sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang yang akan melakukan pembelian produk atau jasa yang dapat memberikan perspektif berharga dalam memahami pengaruh orang lain terhadap kepercayaan, nilai, dan perilaku seseorang.⁹¹ Dalam kelompok referensi, terdapat beberapa bagian yang turut berperan aktif, diantaranya keluarga, teman, kerabat, dan tetangga. Keluarga merupakan organisasi pembelian seseorang yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Dan bagi seorang individu keluarga merupakan kelompok referensi yang paling berpengaruh.⁹²

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan terhadap 5 narasumber di Desa Ngrayun yang telah memperoleh sosialisasi dari agen asuransi prudential, Pak Bambang menyatakan bahwa ia mengetahui asuransi dari temannya dan saudaranya yang telah bergabung menjadi nasabah asuransi syariah prudential, setelahnya baru Pak Bambang memperoleh kunjungan dari pihak agen.⁹³ Sedangkan Pak Edy Winaryono, ia mengetahui asuransi syariah

⁹⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2002), 170.

⁹¹ Schiffman, *Perilaku Konsumen*, 292.

⁹² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 215.

⁹³ Bambang, wawancara 26 Agustus 2021

prudential melalui agen yang bertemu beberapa kali.⁹⁴ Berbeda dengan Ibu Winda Nuraini, beliau mengetahui asuransi dari tetangganya yang telah bergabung menjadi nasabah asuransi syariah prudential.⁹⁵ Sedangkan Pak Sunarlin, beliau mengetahui asuransi syariah prudential melalui brosur saja karena untuk mendapatkan sosialisasi atau tawaran secara lengkap, beliau berkata terburu-buru ke kantor.⁹⁶ Pada Ibu Anjarwati, beliau menyatakan mengetahui asuransi syariah prudential melalui agen tetapi belum begitu detail sehingga beliau belum memahami dengan baik. keluarga dan teman dari Ibu Anjarwati pun belum ada yang bergabung dengan asuransi syariah prudential.⁹⁷

Pada kelompok referensi yang melibatkan lebih dari satu orang atau lebih yang digunakan sebagai alasan perbandingan atau acuan dalam membentuk respons afektif dan respon kognitif serta melakukan perilaku. Kelompok referensi ini dapat berpengaruh pada pengambilan keputusan karena, adanya persepsi dari individu untuk kelompok tersebut. Jika persepsinya positif maka pengaruh yang diberikan juga positif dan sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan penelitian bahwa kelompok referensi ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta. Yang memperoleh hasil yaitu kelompok referensi

⁹⁴ Edy Winaryono, wawancara 26 Agustus 2021

⁹⁵ Winda Nuraini, wawancara 26 Agustus 2021

⁹⁶ Sunarlin, wawancara 26 Agustus 2021

⁹⁷ Anjarwati, wawancara 26 Agustus 2021

dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mempromosikan produk-produknya namun, dari sisi konsumen kelompok referensi dapat menjadi acuan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk.⁹⁸

Dari hasil analisa tentang kelompok referensi tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah. Kelompok referensi disini secara langsung dan tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk bergabung menjadi nasabah di Asuransi syariah prudential ponorogo. Pengaruh ini dapat berupa pengaruh yang positif ataupun yang negatif. Dikatakan positif jika kelompok referensi ini dapat membantu agen-agen mempromosikan produk dari asuransi ini. Dikatakan negatif jika kelompok referensi ini dapat menurunkan keputusan konsumen menjadi nasabah diasuransi prudential ini.

Berdasarkan pemaparan dari permasalahan yang ada solusi yang dimiliki yaitu seseorang harus memiliki kemauan ingin tau atau memiliki kesadaran untuk belajar tentang produk atau manfaat yang ada di Asuransi Syariah Prudential Ponorogo. Dikatakan demikian karena kelompok referensi ini mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi konsumen untuk bergabung menjadi nasabah. Faktor kelas referensi ini bisa juga menjadi dorongan negatife atau dorongan positif

⁹⁸ Fahmirianda Ramadhan. "Pengambilan Keputusan Oleh Nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta." 2013.

untuk bergabung atau tidak. Oleh karena itu, keputusan pembelian yang menyangkut faktor kelompok referensi ini bergantung pada pendirian konsumen baik untuk mengikuti ataupun menolak

c. Umur

Selera orang terhadap produk berkaitan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga (mulai bujangan, mencari pasangan hidup, menikah lalu memiliki anak). Meskipun demikian, saat ini pemasar juga semakin banyak mengantarkan produk untuk sejumlah tahap lainnya seperti pasangan yang belum menikah, bujangan yang akan menikah, pasangan tanpa anak, pasangan sesama jenis, orang tua tunggal, orang tua lanjut dan lain.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada 5 narasumber di Desa Ngrayun yang telah memperoleh sosialisasi tentang asuransi syariah prudential, Pak Sunarlin dan Ibu Anjarwati menyatakan bahwa usia merupakan bukan hal yang mempengaruhi mereka untuk bergabung menjadi nasabah dalam asuransi syariah.⁹⁹ Berbeda dengan mereka, Ibu Winda Nuraini menyatakan bahwa di usianya saat ini, ia merasa memerlukan asuransi syariah. Tetapi terdapat faktor lain yang menyebabkan ia tak kunjung bergabung menjadi nasabah asuransi syariah yaitu adanya BPJS yang telah dimilikinya untuk meng-cover sekeluarga.¹⁰⁰ Sependapat dengan Ibu Winda, Pak Edy Winaryono turut membenarkan bahwa ia merasa

⁹⁹ Sunarlin & Anjarwati, wawancara 26 Agustus 2021.

¹⁰⁰ Winda Nuraini, wawancara 26 Agustus 2021.

memerlukan asuransi di usianya saat ini menginjak 30 tahun, terutama asuransi untuk anaknya.¹⁰¹ Hal yang sama turut dibenarkan Pak Bambang, di usianya saat ini 38 tahun, ia merasa memerlukan asuransi dengan berbagai manfaat yang diketahuinya.¹⁰²

Berdasarkan paparan data tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa usia merupakan hal obyektif sebagai faktor dalam menentukan keputusan bergabung menjadi nasabah. Seseorang dapat mempertimbangkan dengan usia produktif memerlukan asuransi karena jangka panjang bagi anak-anaknya nanti. Tetapi dengan kelompok usia yang sama dengan orang yang berbeda, merasa asuransi tidak diperlukan karena memiliki sumber dana cadangan yang dapat digunakannya di masa mendatang.

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah Pekerjaan adalah sesuatu yang dilakukan oleh manusia untuk tujuan tertentu yang dilakukan dengan cara yang baik dan benar. Manusia perlu bekerja untuk mempertahankan hidupnya. Dengan bekerja seseorang akan mendapatkan uang. Uang yang diperoleh dari hasil bekerja tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh sebab itu, uang tersebut harus berasal dari hasil kerja yang halal. Bekerja yang halal adalah bekerja dengan cara-cara yang baik dan benar.

¹⁰¹ Edy Winaryono, wawancara 26 Agustus 2021.

¹⁰² Bambang, wawancara 26 Agustus 2021.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada 5 responden di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun, diperoleh hasil bahwa mereka mengetahui adanya Asuransi Syariah Prudential. Asuransi Syariah Prudential yang mereka ketahui merupakan suatu jasa asuransi yang menggunakan syariat islam sebagai sistem transaksinya. Masyarakat Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun ini mayoritas memiliki pekerjaan sebagai petani atau ibu rumah tangga dengan mata pencaharian yang demikianlah mereka mengeluhkan bahwa gajinya pas-pasan atau hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari dan biaya anak sekolah. Seperti yang dikatakan Pak Bambang yang memiliki penghasilan yang hanya cukup memenuhi kebutuhan sehari-hari dikeluarganya, dan faktor yang lainnya yaitu karena pandemic covid seperti ini penghasilannya menjadi menurun.¹⁰³ Sependapat dengan Pak Bambang, Pak Edy Winaryono memiliki penghasilan yang cukup. Beliau pun merasa tertarik dengan produk ataupun layanan dari asuransi syariah prudential.¹⁰⁴ Sedangkan pada Ibu Winda Nuraini, dengan pekerjaannya yang seorang ibu rumah tangga dan sang suami merupakan perangkat desa dengan penghasilan yang pas-pasan, beliau merasa belum mampu untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah prudential. Terlebih beliau telah mengikuti tabungan bulanan dari lingkungan dan arisan serta memiliki

¹⁰³ Bambang, wawancara 26 Agustus 2021

¹⁰⁴ Edy Winaryono, 26 Agustus 2021

berbagai tanggungan yang harus ditunaikan.¹⁰⁵ Lain hal lagi dengan Pak Sunarlin, beliau menyatakan bahwa pekerjaannya bukanlah hal yang menjadi penghambat untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah prudential. Dengan pekerjaannya yang sudah baik, ia tidak keberatan untuk bergabung menjadi nasabah tetapi karena adanya faktor lain.¹⁰⁶ Pada Ibu Anjarwati, beliau turut menyatakan bahwa dalam bergabung menjadi nasabah asuransi syariah prudential harus mempertimbangkan penghasilan. Penghasilan yang pas-pasan membuat Ibu Anjarwati masih ragu untuk bergabung menjadi nasabah, selain itu dengan memahami terkait produk serta manfaat turut menjadi perhatiannya.¹⁰⁷

Sebagian konsumen dengan ekonomi atau pekerjaan yang pas-pasan untuk mencukupi kebutuhan yang ada didalam keluarganya sebagian besar mempertimbangkan kembali dalam memutuskan bergabung dengan asuransi atau tidak. Pengertian pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung.¹⁰⁸ semakin besar pendapatan yang diperoleh

¹⁰⁵ Winda Nuraini, wawancara 26 Agustus 2021

¹⁰⁶ Sunarlin, wawancara 26 Agustus 2021

¹⁰⁷ Anjarwati, wawancara 26 Agustus 2021

¹⁰⁸ Anissa Budi Utami *Pengaruh Harga, Pendapatan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'kranji Residence Tahap Ii Bekasi Barat* . 2015.

individu mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan untuk membeli.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan *Shar-E* diBank Muamalat Indonesia Cabang Solo”. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa variable keadaan ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah.¹⁰⁹ Penelitian lain yang mendukung yaitu dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka rekening tahapan Xpress pada BCA Medan” yang memperoleh hasil variabel keadaan ekonomi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah.¹¹⁰

Dari hasil analisa tentang pekerjaan tersebut dapat disimpulkan bahwa pekerjaan konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah. Pendapatan yang diperoleh dari suatu pekerjaan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin rendah pendapatan maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hubungan yang wujud merupakan hubungan

¹⁰⁹ Lestari. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan Shar-E diBank Muamalat Indonesia Cabang Solo*.2009. 78.

¹¹⁰ Widiatmoko. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka rekening tahapan Xpress pada BCA Medan*.2013. 113

berbanding lurus, sehingga jika terdapat kenaikan pendapatan, maka hal ini mengakibatkan permintaan bergabung menjadi konsumen akan lebih baik bahkan meningkat. Besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang. Semakin tinggi pendapatan semakin beragam pula keinginan konsumen.

Berdasarkan pemaparan dari permasalahan tersebut dalam menyikapi hal keadaan ekonomi ini seharusnya didalam keluarga harus terdapat seseorang yang dapat mengatur perihal keuangan yang ada didalam keluarga yang mencakup kebutuhan sehari-hari, kebutuhan anak, orang tua, investasi dan lain-lain sehingga jika terjadi sesuatu hal yang mendadak dan tidak diinginkan keluarga tersebut siap untuk menanganinya.

e. Lokasi

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada 5 responden di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun, diperoleh hasil bahwa mereka mengetahui adanya Asuransi Syariah Prudential. Hal ini didapatkan karena adanya sosialisasi oleh agen Asuransi Syariah Prudential. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan hasil bahwa ada responden mengeluh tentang lokasi yang jauh untuk diakses karena tempat tinggalnya di Desa terpencil jauh dari perkotaan dan belum adanya kemudahan bertransaksi yang diperoleh dari Asuransi Syariah Prudential.

Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa.¹¹¹ Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen.¹¹² Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampu labaan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pembelian suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang, perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran

¹¹¹ Rina Yuliana. *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 2017.

¹¹² Marno Nugroho. *Peningkatan Loyalitas Melalui Lokasi Dan Keanekaragaman Barang*. 2009.

distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategi. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.¹¹³

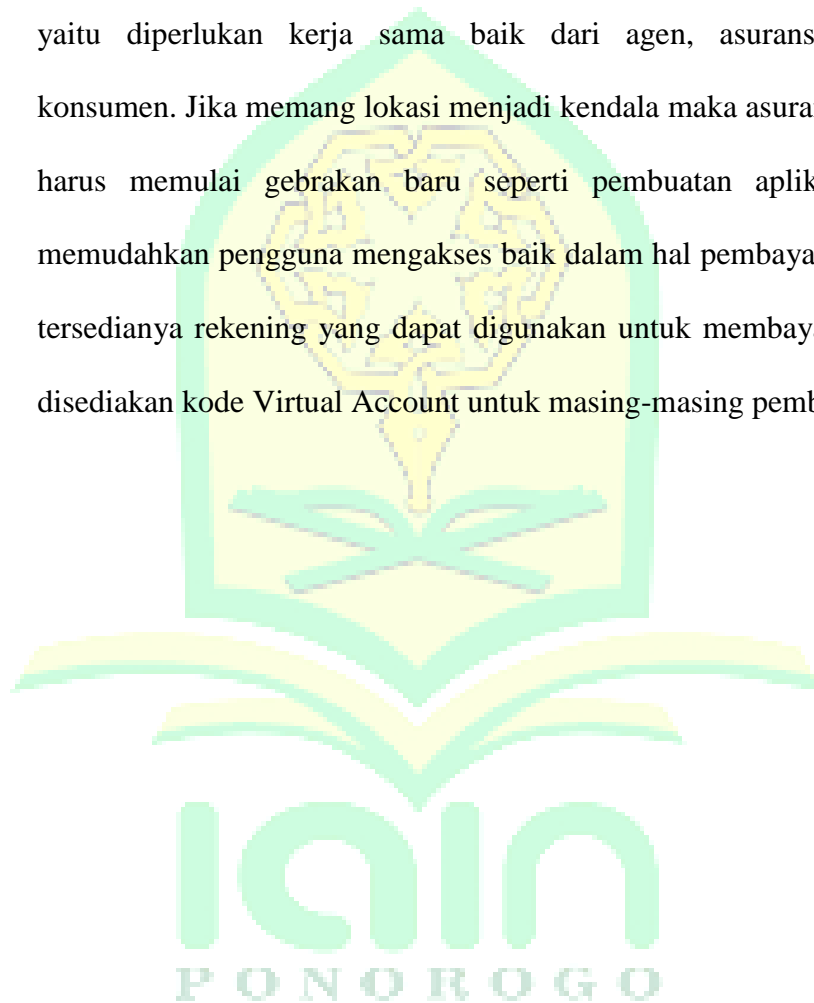
Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut: (1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya, lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum, (2) Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, (3) Lalu-lintas menyangkut dua pertimbangan utama berikut: (a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembeli yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus, (b) Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bias pula menjadi hambatan, (4) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.

Dari hasil analisa tentang lokasi tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah Desa Ngrayun merupakan salah satu Desa yang terletak di perbatasan bagian selatan Kabupaten Ponorogo. Terbatasnya akses untuk ke pusat kota, menyebabkan warganya mini informasi terkait hal-hal tertentu, dalam

¹¹³ Rani puspa. *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 2017

hal ini merupakan Asuransi Syariah. Agen yang melakukan kunjungan di Desa Ngrayun turut membenarkan bahwa promosi yang diberikan oleh Asuransi Syariah yang dilakukan di Desa Ngrayun cukup terbatas karena lokasinya berada di Pedesaan.

Berdasarkan permasalahan tersebut solusi dari faktor lokasi ini yaitu diperlukan kerja sama baik dari agen, asuransi ataupun konsumen. Jika memang lokasi menjadi kendala maka asuransi syariah harus memulai gebrakan baru seperti pembuatan aplikasi untuk memudahkan pengguna mengakses baik dalam hal pembayaran seperti tersedianya rekening yang dapat digunakan untuk membayar ataupun disediakan kode Virtual Account untuk masing-masing pembayaran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan produk dan faktor yang mempengaruhi resistensi masyarakat Desa Ngrayun menjadi nasabah asuransi syariah di Prudential Ponorogo. Berdasarkan penelitian dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan data yang telah diperoleh perkembangan Asuransi Syariah Prudential di Ponorogo mengalami naik dan turun, tetapi dalam kurun waktu terakhir mengalami penurunan. Khususnya di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun, perkembangan asuransi syariah prudential cukup sulit karena berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah. Pihak agen asuransi syariah prudential kemudian menentukan solusi-solusi yang dapat diterapkan di wilayah pedesaan khususnya Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun
2. Berdasarkan keseluruhan faktor-faktor yang ada timbul saling berhubungan antar faktor, baik dari faktor budaya dan sub budaya, pekerjaan, umur, kelompok referensi dan keluarga, serta lokasi. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan diatas faktor-faktor tersebut sangatlah berhubungan dengan keputusan konsumen menjadi nasabah. Dikatakan demikian karena masyarakat. Desa Ngrayun sebelum diberikan sosialisasi terkait asuransi syariah prudential, telah memiliki

sistem tabungan yang digunakan sebagai dana cadangan. Hal tersebut berhubungan dengan letak lokasinya di pedesaan yang jauh dari kota sehingga tabungan tersebut sebagai pengganti dana cadangan yang diterapkan asuransi. Pendapatan sebagai warga desa juga berpengaruh terhadap keputusannya memiliki asuransi.

B. Saran

1. Bagi pihak Asuransi Prudential Ponorogo

Diharapkan pihak asuransi prudential ponorogo supaya lebih bisa memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai manfaat asuransi maupun produk-produk asuransi dengan benar sehingga konsumen dapat memahami dengan benar asuransi. Perlu ditingkatkan upaya sosialisasi berupa media cetak maupun media elektronik. Dan semoga dengan adanya penelitian ini menjadi evaluasi bagi pemasaran dan dapat menumbuhkan minat konsumen terhadap asuransi prudential.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat menambah variabel dalam penelitian, menambah wawasan, dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Anshori, Abdul Ghofur. *Asuransi syariah di indonesia*, Yogyakarta: UII Press, 2007.
- Aziz Abdul, *Manajemen Investasi Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Ali AM. Hasan, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis, dan Praktis, Ed. 1 Cet. 1*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Ali Hasan, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis* Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Al Arif M. Nur Rianto, *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoritis Praktis* Bandung: Pustaka Setia, 2012.
- Donni Juni, Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* Bandung: CV. Alfabeta, 2016.
- Dewi Gemala, *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan Dan Peransuransian Syariah Di Indonesia* Jakarta: Prenada Media, 2004.
- , *Aspek-aspek Hukum Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, Ed. Revisi, Cet. 4, Jakarta: Kencana, 2004.
- Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups*, Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- G. Guba ,Yvonna S. Lincoln. *Naturalistic Inquiry*. California: California Sage Publications, 1985.
- John C. Mowen Dan Michael M, *Perilaku Konsumen* Jakarta: Prentice-Hall, 2008.
- J. R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan keunggulannya*, Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- Moleong Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- , *Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.

- Manan Abdul, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Priansa Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* Bandung: Alfabeta, 2017.
- Roger D. Blackwell, Miniard, James F. Engel. *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1*, terj. F.X Budiyanto Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta: Erlangga, 2002.
- , *Manajemen Pemasaran Edisi 12* Jakarta: Erlangga, 2006.
- Kotler, Philip. Dan Gery Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1996.
- Keller, Kotler. *Marketing management : analysis, planning and control*. 2012.
- Kanuk Schiffman, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, 2004.
- Ratih Hurriyati, *Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV. Alfabeta, 2005.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* Bandung: CV. ALFABETA, 2005.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sri Yuniarti Vinna. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Tjiptono, Anastasia Diana Fandy. *Pemasaran Esensi dan Aplikasi* (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016
- Usman Efendi, *Psikologi Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, ter. Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Wirduyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Ekonosia, Yogyakarta. 2001.

SKRIPSI/JURNAL

Abdul Ghoni. Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). 2015.

Anissa Budi Utami Pengaruh Harga, Pendapatan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'kranji Residence Tahap Ii Bekasi Barat . 2015.

Pipit Oktaviani, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Desa Margototo)” *Skripsi*, (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2020).

Dedi Yulianto, “Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung” *Skripsi*, (Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018

Nurul Rahmania, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makasar” *Skripsi*, (Makasar: UIN Alaudin Makasar, 2020).

Fahmirrianda Ramadhan, “Analisis Pengaruh Kelompok Referensi, Religiusitas dan Motivasi Nasabah Dalam Pengambilan Keputusan Berasuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta)” *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)”.

Eko Yulianan, Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011*.

Lestari. “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan Shar-E di Bank Muamalat Indonesia Cabang Solo.” 2009.

Marno Nugroho. Peningkatan Loyalitas Melalui Lokasi Dan Keanekaragaman Barang. 2009.

Nandanisasi Anjarkasih “Presepsi Dan Pengetahuan Pelaku umkm Terhadap Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada UMKM yang Ada Di Kecamatan Ponorogo)” *Skripsi* Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.

Neneng Evi, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus pada BNI Syariah Yogyakarta)” *Skripsi* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Rani Puspa. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.” 2017

Rina Yuliana. “Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian.” 2017.

Shinta Rawaini, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Motivasi Konsumen dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Syariah PT. Prudential Life Assurance Cabang Yogyakarta” *Skripsi* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Novi Nugrahani Kusumawari, “Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo”, *Skripsi* Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.

Widiatmoko, “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah membuka rekening tahapan Xpress pada BCA Medan.” 2013.

INTERNET

Prudential Indonesia, “sejarah prudential Indonesia” dalam <https://www.prudential.co.id/id/about-prudential-indonesia/> diakses pada tanggal 04 Maret 2021 pada pukul 10.00 WIB.

-----, “produk-produk asuransi syariah” dalam <https://www.prudential.co.id/id/syariah-product-list/> diakses pada tanggal 31 Agustus 2021 pada pukul 19.30 WIB

