

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP
ASURANSI SYARIAH DI PALEMBANG
(STUDI KASUS PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
CABANG PALEMBANG)**



**Diajukan oleh :
Nourma Susanti
01023120025**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2007**

S
368.07
sus
&
2007

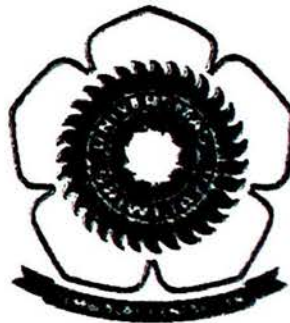
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA**



SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP
ASURANSI SYARIAH DI PALEMBANG
(STUDI KASUS PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
CABANG PALEMBANG)**

R.15442
15804



**Diajukan oleh :
Nourma Susanti
01023120025**


**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2007**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDRALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **NOURMA SUSANTI**
Nim : **01023120025**
Mata Kuliah Pokok : **Asuransi dan Lembaga Keuangan Bukan Bank**
Judul Skripsi : **Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap
Asuransi Syariah di Palembang
(Studi kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga
Cabang Palembang)**

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal : 21/01-07 **Ketua Panitia** : 
Drs. Syaipon Diambak, MSi.
NIP. 131413970

Tanggal : 31/07 **Anggota Panitia** : 
Imam Asngari, SE., Msi.
NIP. 132300734

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah
Di Kota Palembang
(Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Pellagra Cabang Palembang)**

DIAJUKAN OLEH

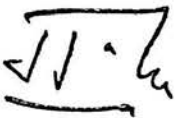
Nama : Nourma Susanti

Nim : 01023120025

**Telah Dipertahankan di Depan Panitia Komprehensif
Pada Tanggal 14 Februari 2007
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima**

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, Februari 2007**

Ketua



Drs. Syaiban Djambak, MSi.
NIP. 131413970

Anggota



Imam Asugari, SE., MSi.
NIP. 132300734

Anggota



Drs. Fachrizal Bachri, MSc.
NIP. 131411469

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



Dr. Taufik Marwa, SE., MSi.
NIP. 132050493

Ketika kamu memohon pertolongan kepada Tuhanmu, lalu diperkenankan-Nya bagimu: "Sesungguhnya Aku akan mendatangkan bala bantuan kepada kamu dengan seribu malaikat yang datang berturut-turut". Dan Allah tidak menjadikannya, melainkan sebagai kabar gembira dan agar hatimu menjadi tenteram karenanya. Dan kemenangan itu hanyalah dari sisi Allah. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (Q.S. Al Anfaal : 09-10)

"Allah tidak mewajibkan orang-orang yang bodoh untuk menuntut ilmu kecuali terlebih dahulu mewajibkan orang-orang yang berilmu untuk mengajar." (Ali bin Abi Thalib)

*"Manusia yang paling baik adalah manusia yang paling bermanfaat bagi orang lain."
(Social Intelligent)*

Kupersembahkan untuk :

Allah Swt

Bapak dan Ibu tercinta

Kedua kakak dan kedua mbakku

Pejuang Al Iqtishaad

Almamater

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum warrahmatullah wabarakatuh,

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT., karena atas rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah. Diharapkan penulis dapat memperoleh pengetahuan dari hasil penelitian ini, khususnya yang terkait dalam topik penelitian ini.

Walaupun dalam penulisan ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin, namun penulis menyadari masih terdapat kekurangan-kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini akan bermanfaat dan memberikan kontribusi yang berguna bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum warrahmatullah wabaraktuh.

Palembang, Februari 2007 M
Muharram 1428 H

Nourma Susanti

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamua'alaikum warrahmatullah wabarakatuh,

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT., karena atas rahmat dan ridho-Nya yang luar biasa luas akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Potensi dan Preferensi Asuransi Syariah di Kota Palembang (Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang)", dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam menempuh ujian sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi dan orang-orang yang senantiasa ada, dekat, dan memberikan warna, yakni kepada :

1. **Allah SWT.**, Dzat yang tiada henti memberikan rahmat, ridho, dan hidayah-Nya yang luar biasa indah bagi perubahan hidup saya. Inilah persembahan saya sebagai salah satu wujud penyelesaian tugas saya di dunia. *Ya Rabb, terimalah salam cintaku...*
2. **Rasulullah SAW.**, seseorang yang telah memperkenalkan kami (umatmu) kepada Islam. Seorang guru yang telah banyak memberikan inspirasi hidup dan pengaruh yang begitu hebat bagi dunia. Pejuang dakwah yang terkenang sepanjang zaman...
3. **My Beloved Parents**, bapak dan ibu yang sangat sabar menghadapi sikap Santi. Terima kasih atas pengertiannya, kasih sayang yang tiada batas, pengorbanan yang luar biasa besar, dukungannya, dan semua yang telah diberikan selama ini. *I'll never know how to repay the love that makes me like this. I just know that I love you so much, more than everything I have in this world...*
4. **Dr. H. Syamsurijal, AK.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. **Dr. Taufik Marwa, MSi.**, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. **Dra. Sa'adah Yuliana, MSi.**, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya
7. **Drs. Suhel, MSi.**, selaku mantan Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
8. **Drs. Syaipan Djambak, MSi.**, selaku Pembimbing I skripsi dan juga Pembimbing Akademik.
9. **Imam Asngari, SE., MSi.**, selaku pembimbing II skripsi.
10. **Drs. Fachrizal Bachri, MSc.**, selaku dosen penguji pada ujian komprehensif.
11. **Drs. Nazaruddin Nasir dan seluruh karyawan PT. Asuransi Takaful Cabang Palembang**, terimakasih atas bantuan data dan informasi yang telah diberikan selama saya melakukan penelitian.

12. **Dosen-dosen Fakultas Ekonomi** yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berarti selama di Ekonomi.
13. **Mbak Ita**, atas kepeduliannya dalam mengurus nilai dan administrasi perkuliahan saya selama menjadi mahasiswa Ekonomi Pembangunan.
14. **Seluruh karyawan dan karyawan** Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas bantuannya.
15. **My very beloveds**, untuk semua yang telah diberikan, pengorbanan, nasehat, dan cinta. Jazakallah mbak...
16. **Kedua kakak dan kedua mbak-ku**, he..he... akhirnya, lulus euy... maaf kalo sering ngerepotin ye...
17. **Lovely pets, forsmile, cry, and sadness, meet in heaven, guys...**
18. **Girls from 2.4 SPENDUPA**, Augris, Maya, Herlina, Metty, Nur, Tufah, Nadya (where are you now?), "friendship", that's the beginning our memory...
19. **Manusia-manusia SMOENDOEPA angkatan 2002** dari B1 sampe B6, dari IPS 1 sampe IPS 4. Satu dari IPA 3 yang *nyemelo* (makasih atas start friendship-nya). Big thanks for the friendship...
20. **Iwala? or Ijo Lumut neeh...???** He..he..he..., yang pasti Nur Purnamasari (Belu), Marlita Anggraini (Lista), 'n Yona Fitrah Al-Qur'anul Hafidz (Ceceu)..., untuk perasaan, tawa, canda, tangis, konflik, dan kekisruhan yang pernah kita buat... *girls, forever!! Till death do us apart*, deh!!! ^ _ ^
21. **PAMADUPA all generation, esp. angkatan 12** (Cholid, Yudi, Fikri, Soleh, Chandra, Dicky, Tika, Ina, Redina, Devi, Desri, Desi, Lista 'again??' Wulan, Yunita, Melissa, Yuliana, dan yang lain... (lupa nih!). Untuk... kekompakannya, kerelaannya, persaudarannya, kemenangannya (Hee...??), dan semuanya untuk PAMADUPA.
22. **Rohis SMU N 2 Palembang**, alumni dan anggota rohis... makasih udah mengizinkan ana ikut serta, walaupun ana dulunya bukan anak rohis... ana harap melalui Wasila Al Qyimah Islam membumi di SMU N 2 Palembang. Afwan, kalo ana lama banget 'ilang'-nya...
23. **Mbak-mbak yang dulu ada di musholla**, mbak Ani, mbak Emil, mbak Tri (mbak Annida),mbak Hanny, mbak Eka (Merde), mbak Irma, mbak Rahmi, mbak Kokom, mbak Novi, mbak Heny, mbak Merry, mbak Devi, dan mbak-mbak lainnya yang Nti lupa... makasih mentoringnya, SIIM-nya, Intro-nya, musra-nya, iftor-nya, dan proker-proker lainnya yang berhasil menyeret Nti jadi pengurus... ^ _ ^;
24. **Aa LiE (Aning, Asma, Lia, Eva) & The Green Syndrome (Ullene, Uyie, Uwie, Uvite_Mei-Mei, Unie, Utine, Nur)**, makasih telah mewarnai hari-hari Nti di ekonomi. Makasih udah jadi sandaran hati ketika Nti butuh, makasih support-nya, makasih senyumnya, makasih sering ngingetin Nti, makasih *for all that you (girls!) gave to me*.
25. **Santy Novian Sari**, partner/teman/adek yang mempunyai kesan tersendiri. Makasih untuk warnamu, tetap saling tukar pikiran dan informasi ye!

26. **Atun, Pipit, Ely**, makasih untuk bantuan apapun yang sudah diberikan. Sebelum pergi, jangan lupa tinggalkan sesuatu yang berarti untuk Al Iqtishaad.
 27. **Komunitas EP**, Thank's for the friendships, for help, for support, for anything. Big thanks!! Be friends, forever dan for always...^_^
 28. **Para Pejuang Al Iqtishaad**, semua periode dan angkatan, afwaannn jiddan kalo selama ini ana nggak maksimal kerjanya. Afwan kalo sering "speechless". Terus berjuang! Terus ber-ukhuwah! Terus ber-syiar ria!
 29. **Akhwat Al Iqtishaad**, semua periode dan angkatan. Keterikatan hati. Ana titip ya! Nggak ada yang lebih baik ketika kita saling mencintai saudara sesama muslim seperti diri sendiri. Pahami ukhuwah dan jangan saling mengandalkan. Berikan apa yang mampu kita berikan, dalam karya apapun juga, walau itu hanya seuntai nasihat... walau itu hanya sebatas pengingat...^_^
 30. **Esti, Bunga, Yulia**, all about SPSS... syukran jiddan ye!
 31. **Adek-adek angkatan '06**, selamat bergabung di perjuangan Al Iqtishaad. Tunjukkan kreatifitas dan semangatmu!
 32. Special for **ISEFers dan Pejuang Ekonomi Syariah**... Pejuang baru, saudara baru, semangat baru. Eratkan persaudaraan karena Allah semata. Teruskan perjuangan!!
 33. **Komunitas KaEm Lima**. Kalian punya arti tersendiri bagi Nti... makasih atas pengertian, nasehat, dan kenangan yang telah tercipta...^_^
 34. **Pewarna**, t-e-r-i-m-a -k-a-s-i-h...
 35. **Semua yang pernah mewarnai hari-hari Nti**, makasih banyak... makasih banyak... makasih banyak....^_^;
- Wassalamu'alaikum warrahmatullah wabarakatuh.

Palembang, Februari 2007 M
Muharram 1428 H

Nourma Susanti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pengesahan Komprehensif.....	iii
Motto.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Abstrak.....	xvi
Abstract.....	xvii

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	8
I.3. Tujuan Penelitian.....	8
I.4. Manfaat Penelitian.....	8
I.5. Tinjauan Pustaka.....	9
1.5.1. Landasan Teori.....	9
1.5.1.1. Perilaku Konsumen.....	9
1.5.1.1.1. Teori Ekonomi.....	10
1.5.1.1.2. Teori-Teori Psikologis.....	10
1.5.1.1.2.1. Teori Pembelajaran.....	11
1.5.1.1.2.2. Teori Motivasi.....	11
1.5.1.1.3. Kepercayaan dan Sikap.....	11
1.5.1.1.4. Proses Keputusan Membeli.....	12
1.5.1.2. Aksioma.....	15
1.5.1.3. Asuransi Konvensional.....	16



1.5.1.4. Asuransi Syariah.....	17
1.5.1.2.1. Tabarru' (Hibah/Dana Kebajikan)	18
1.5.1.2.2. Aqad (Akad).....	20
1.5.1.2.3. Gharar (Ketidakpastian).....	22
1.5.1.2.4. Maisir (Judi/Untung-Untungan).....	22
1.5.1.2.5. Riba (Bunga).....	24
1.5.3. Penelitian Terdahulu.....	26
1.5.4. Kerangka Pemikiran.....	28
1.6. Hipotesis.....	30
1.7. Metodologi Penelitian.....	30
1.7.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	30
1.7.2. Sumber Data.....	31
1.7.3. Metode Analisis.....	31
1.7.3.1. Angket.....	31
1.7.3.2. Konstruk Variabel.....	32
1.7.3.2.1. Variabel Potensi	32
1.7.3.2.2. Variabel Preferensi	33
1.7.3.2.3. Variabel Produk	33
1.7.3.2.3. Uji Validitas (Keabsahan) dan Uji Reliabilitas (Keandalan).....	34
1.8. Batasan Operasional Variabel.....	34
BAB II. KARAKTERISTIK ASURANSI SYARIAH	
II.1. Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia.....	36
II.2. Sistem Operasional Asuransi Jiwa Syariah (Asuransi Takaful Keluarga).....	38
II.2.1. Mekanisme Pengelolaan Dana.....	38
II.2.2. Sumber Biaya Operasional.....	41
II.3. Market Share Asuransi Syariah di Indonesia.....	43
II.4. Produk Asuransi Jiwa Syariah	

(Asuransi Takaful Keluarga).....	46
II.4.1. Takafulink	46
II.4.2. Takaful Falah	47
II.4.3. Takaful Dana Investasi	47
II.4.4. Takaful Dana Haji	48
II.4.5. Takaful Kecelakaan Diri	49
II.4.6. Takaful Pembiayaan (Bancassurance)	49
II.4.7. FulMedicare	50
II.4.8. Takaful Dana Siswa	50
II.4.9. Takaful al-Khairaat	51
II.5. Identifikasi Responden	53
II.5.1. Profil Pekerjaan Peserta Asuransi	
Keluarga Cabang Palembang	53
II.5.2. Usia Peserta Asuransi Takaful	
Keluarga Cabang Palembang	54
II.5.3. Pendapatan Kotor per Bulan Peserta	
Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang ...	54
 BAB III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
III.1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	56
III.1.1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	
Pada Variabel Potensi	56
III.1.2. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	
Pada Variabel Preferensi	56
III.1.3. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	
Pada Variabel Produk	57
III.2. Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat	
Terhadap Asuransi Syariah di Kota Palembang	
(Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga	
Cabang Palembang)	57

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1. Kesimpulan	62
IV.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Laporan Keuangan (Financial Highlight) PT. Syarikat Takaful Indonesia Tahun 2003-2004 (dalam milyar rupiah).....	5
Tabel 2. Laporan Keuangan (Financial Highlight) PT. Syarikat Takaful Indonesia Tahun 2004-2005 (dalam milyar rupiah).....	6
Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Potensi	32
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen Preferensi	33
Tabel 5. Kisi-kisi Instrumen Produk	34
Tabel 6. Daftar Nama Perusahaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional yang Mempunyai Cabang Khusus Syariah.....	37
Tabel 7. Perkembangan Jumlah Perusahaan Perasuransian di Inonesia dari Tahun 1998-Juli 2002.....	44
Tabel 8. Perkembangan Perusahaan/Divisi Asuransi Syariah di Indonesia Periode 1998-2002.....	45
Tabel 9. Market Share Perusahaan Asuransi Syariah Per 31 Desember 2001.....	45
Tabel 10. Perkembangan Pengumpulan Dana Premi PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang	52
Tabel 11. Profil Pekerjaan Peserta Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang	53
Tabel 12. Usia Peserta Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang	54
Tabel 13. Pendapatan Kotor per Bulan Peserta	

Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang	55
Tabel 14. Jumlah Skor Total Setiap Variabel Yang Telah Valid dan Reliabel	57
Tabel 15. Hasil Regresi Antara Produk dengan Potensi dan Preferensi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian.....	13
Gambar 2. Alur Pemikiran Penelitian.....	28
Gambar 3. Mekanisme Pengelolaan Dana Produk yang Mengandung Unsur Tabungan.....	40
Gambar 4. Mekanisme Pngelolaan Dana/Premi Pada Produk Non Saving.....	41

ABSTRAK

Permasalahan dan tantangan yang muncul dalam pengembangan asuransi syariah di Indonesia antara lain adalah rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah terutama yang disebabkan oleh dominasi asuransi konvensional. Upaya-upaya peningkatan yang diperlukan dalam rangka mengembangkan jaringan asuransi syariah adalah berupa pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem, dan seluk-beluk asuransi syariah karena perkembangan asuransi syariah tergantung pada besarnya preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah. Oleh karena itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah efektif diperlukan informasi mengenai karakteristik dan perilaku masyarakat terhadap asuransi syariah.

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh potensi dan preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah di kota Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan hasil kuesioner yang diajukan kepada peserta asuransi syariah tentang minat dan sikap penerimaan masyarakat terhadap asuransi syariah. Sedangkan data sekunder berasal dari berbagai sumber, diantaranya internet, makalah, majalah, dan buku.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear statistik non-parametrik. Dan dari hasil penelitian diperoleh bahwa hanya potensi masyarakat yang berpengaruh terhadap asuransi syariah sedangkan preferensi masyarakat tidak berpengaruh terhadap asuransi syariah.

Kata kunci : potensi masyarakat, preferensi masyarakat, asuransi syariah

ABSTRACT

The problems and the challenges that rised sharia insurance development in Indonesia is the less of knowledge about sharia insurance, especially caused from convensional insurance. The efforts to increase sharia insurance network is the society's comprehension about product, system, and details of sharia insurance because sharia insurance development is depended by society's preference. So that, the socialitation event to increase the knowlegde about sharia insurance is effective, needs the information about character of society to the sharia insurance.

This research is intended to analyzed the effect of the ability and preference of society to the sharia insurance at the Palembang city. Data that used in this research is primary data and secondary data. The primary data used by interview to the sharia insurance's members about the preference and receptive behavior of society to the sharia insurance. The secondary data is pertained various sources, such as internet, journal, and handbooks.

Technic analyze that used by linear refgression from the statistic nonparametric. Results show just the ability of society influenced the sharia insurance and the preference of society did not.

Keywords : the ability and the preference of society, and the sharia insurance

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Berdirinya Bank Pembangunan Islam (Islamic Development Bank) pada tahun 1975 menarik minat berbagai negara yang penduduk mayoritas muslim untuk turut dan menegakkan Sistem Ekonomi Islam. Pendirian Sistem Ekonomi Islam ini diyakini menjadi salah satu alternatif, yang paling tidak oleh sebagian kalangan umat Islam mampu mengatasi masalah perekonomian saat ini. Terbukti pada peristiwa krisis moneter yang menimpa Indonesia dan beberapa negara Asia Tenggara lainnya, bank dan lembaga keuangan Islam yang berdasarkan syariah tidak terkena imbas dikarenakan prinsip yang dianut tidak menggunakan unsur bunga melainkan bagi hasil seperti yang diajarkan dalam syariah Islam.

Salah satu penyebab krisis moneter di Indonesia adalah karena kenaikan tingkat bunga Amerika Serikat. Kenaikan tingkat bunga ini menyebabkan kurs dollar Amerika menjadi tinggi dan mendorong masyarakat untuk berspekulasi dengan membeli dollar sebanyak-banyaknya. Kemudian dari sisi investasi, para penanam modal lebih tertarik untuk menanamkan modalnya di luar negeri (*capital out-flow*) karena tingkat pengembalian yang didapat jauh lebih tinggi ketimbang menanamkan modalnya di Indonesia. Hal ini mematikan gerak atau langkah produksi di Indonesia dan membuat harga barang-barang semakin melambung tinggi, inflasi meningkat tajam, tingkat pengangguran dan kemiskinan semakin bertambah, dan akibatnya perekonomian

Indonesia mengalami krisis yang memburuk. Sedangkan dari sisi perbankan, kenaikan tingkat bunga Amerika mengakibatkan jumlah pinjaman yang harus dibayar pemerintah ke luar negeri menjadi semakin meningkat seiring dengan kenaikan tingkat bunga pinjaman. Akibatnya, perbankan konvensional mengalami intermediasi di sektor riil, yang berakhir pada banyaknya kredit macet di berbagai sektor. Kondisi ini membuat beberapa bank di Indonesia terlikuidasi karena tidak mampu untuk mencukupi rasio kecukupan modal yang ditetapkan Bank Indonesia.

Islam adalah agama *rahmatan lil'alamin* yang sifatnya universal (menyeluruh) dan dalamnya terkandung ideologi ketuhanan (aqidah) pembahasan hakikat kehidupan, alam, serta manusia. Islam memberi aturan, norma, dan etika yang global terhadap seluruh aktivitas kehidupan; ibadah, hubungan pribadi dengan Tuhan, dirinya, keluarganya, masyarakat, politik, ekonomi; hubungan negara dan negara dalam kondisi damai dan perang; pengaturan hak-hak asasi manusia secara umum dan hak-hak minoritas dalam negara Islam (Bali, 2002:14).

Islam juga berpandangan bahwa seluruh harta adalah milik Allah SWT. Manusia hanyalah pemilik dengan hak pakai, wakil Allah dalam membelanjakan harta, mengembangkan, dan menggunakan amanat tersebut di jalan dan diridhoi-Nya, sebagaimana yang terdapat dalam Q.S. Al Hadid : 7. Artinya, usaha mengembangkan harta adalah dengan bekerja secara halal dan bersama antara pemodal dan pemutar modal (*al-mukhatarah*), atau dengan saling memberi masukan (*at-tadawuliah*).

Setiap keuntungan yang didapat tidak dengan bekerja dan tanpa usaha (*al-mukhatarah*) hukumnya adalah haram. Hal ini senada dengan menarik bunga dari

pinjaman dan piutang yang keuntungannya diperoleh dari perjalanan waktu yaitu pemilik modal hanya menunggu waktu jatuh tempo dari peminjam (personal atau perusahaan) dan kemudian menerima modalnya ditambah bunga yang sudah disepakati sebelumnya. Pada kondisi ketika keuntungan tidak diraih sama sekali, maka sesuai dengan kesepakatan peminjam tetap dibebani untuk mengembalikan modal beserta bunga yang telah disepakati. Fakta inilah yang menyebabkan bunga tergolong riba dan haram hukumnya oleh Islam. Keadaan ini membuat peminjam merasa dirugikan (dizalimi). Oleh karenanya, Al-Qur'an memandang setiap riba adalah haram karena akibat dari riba adalah kezaliman.

"Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang yang beriman. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertaubat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)." (Q.S. Al Baqarah : 278-279).

Salah satu instrumen penting dalam penerapan ekonomi Islam adalah lembaga keuangan asuransi. Asuransi Islam atau asuransi syariah mengemban tugas agar melakukan pembersihan unsur-unsur yang tidak sesuai dengan syariah terhadap praktik yang dijalankan asuransi konvensional (seperti nilai-nilai materialistis, individualistis, dan kapitalis) kemudian menggantinya dengan sebuah konsep bernama takaful yang mengusung semangat keadilan, kerjasama, dan saling menolong (Ali, 2004:97).

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya PT. Syarikat Takaful Indonesia pada tahun 1994 yang diprakarsai oleh Ikatan Cendekiawan

Muslim Indonesia (ICMI) dengan dua perusahaan operasional, yaitu PT. Asuransi Takaful Umum dan PT. Asuransi Takaful Keluarga. Saat ini saham PT. Syarikat Asuransi Takaful berada di tangan yang strategis: Syarikat Takaful Malaysia Berhad (56,00%), Islamic Development Bank (IDB, 26,39%), Permodalan Nasional Madani (PNM) dan Bank Muammalat Indonesia. Dukungan investor strategis ini akan membuat Takaful Indonesia lebih kokoh, karena Syarikat Takaful Malaysia Bhd., sejak tahun 1985 telah berpengalaman dalam asuransi syariah dan IDB merupakan lembaga keuangan internasional yang didanai oleh 57 negara Islam (www.takaful.com).

Berdasarkan laporan keuangan per Desember 2004, total asset yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga (ATK) bernilai Rp. 250 milyar atau naik dua tingkat dari tahun sebelumnya yang hanya Rp. 136 milyar. Kemudian pertumbuhan premi PT ATK mencapai 23,74%. *Solvensi* Takaful Keluarga juga meningkat tajam dengan *Risk Based Capital* (RBC) mencapai 379% (TAKAFULNEWS, 2005:4).

RBC merupakan faktor utama untuk mengukur kesehatan perusahaan asuransi dari beberapa kriteria penelitian yang dilakukan. RBC atau rasio kecukupan modal, digunakan untuk mengukur tingkat *solvensi* perusahaan asuransi: apakah mampu untuk menanggung segala resiko klaim.

Departemen Keuangan sebagai regulator asuransi saat ini tengah mendorong penerapan modal minimum Rp. 25 milyar yang kemudian secara bertahap nilai ekuitas ini akan ditingkatkan menjadi Rp. 100 milyar. Penetapan RBC dan modal ini dilakukan sebagai langkah untuk menyehatkan industri asuransi secara keseluruhan sekaligus untuk mengurangi dan mencegah terjadinya kasus yang merugikan pemegang polis.

TABEL 1.

LAPORAN KEUANGAN (FINANCIAL HIGHLIGHT)
PT. SYARIKAT TAKAFUL INDONESIA TAHUN 2003-2004
(dalam milyar rupiah)

	ATU		ATK		STI	
	2004	2003	2004	2003	2004	2003
Pendapatan (Rp Milyar)						
Pendapatan premi bruto	58,95	45,88	107,39	84,33	166,34	130,21
Premi reasuransi	12,46	9,01	7,46	5,05	-	-
Jumlah pendapatan premi	43,33	38,60	98,02	79,22	-	-
Kenaikan cadangan premi	5,10	11,94	40,88	24,24	-	-
Beban klaim	11,35	11,82	30,53	33,74	-	-
Beban usaha	23,99	16,52	39,39	33,37	-	-
Hasil investasi	1,09	4,89	8,60	6,27	63,15	49,89
Pendapatan (beban) lain-lain	(0,42)	(1,32)	0,41	0,12	-	-
Laba (rugi) sebelum pajak	2,35	3,58	(17,94)	(1,73)	(14,98)	3,78
Laba (rugi) bersih	2,06	(2,93)	(18,37)	(2,32)	(17,98)	0,68
Ekuitas (Rp Miliar)						
Aktiva lancar	20,04	14,72	28,66	11,26	-	-
Aktiva tetap	4,76	4,34	19,97	3,66	-	-
Aktiva lain-lain	2,21	2,95	0,43	0,40	-	-
Investasi	45,50	27,99	181,12	121,51	210,90	147,50
Modal saham	-	-	-	-	103,20	33,20
Total aktiva	70,26	50,00	230,20	136,83	288,23	185,50
Kewajiban	28,62	25,10	168,63	127,39	-	-
Jumlah ekuitas	43,02	24,90	61,57	9,44	-	-
Saldo laba (rugi)	10,90	8,84		(6,40)	-	-
Rasio Keuangan (%) / Financial Ratios (%)						
Rasio investasi terhadap cadangan teknis dan utang klaim	185	167	111	101	185	167
Rasio likuiditas	233	173	757	544	233	173
Rasio pendapatan investasi netto terhadap rata-rata investasi	-	-	5	6	-	-
Rasio premi retensi sendiri terhadap modal sendiri	93	118	-	-	93	118
Rasio beban terhadap pendapatan premi neto	109	112	85	110	109	112
Lain-lain						
Jumlah karyawan tetap	231	169	295	250	-	-
Jumlah cabang	20	11	33	33	61	32
Risk Based Capital (RBC)	247	148	379	104	-	-

Sumber : www.takaful.com

TABEL 2.
LAPORAN KEUANGAN (FINANCIAL HIGHLIGHT)
PT. SYARIKAT TAKAFUL INDONESIA TAHUN 2004-2005
(dalam milyar rupiah)

	ATU		ATK		STI	
	2005	2004	2005	2004	2005	2004
Pendapatan (Rp Milyar)						
Pendapatan Premi Bruto	73,36	58,95	123,17	107,39	196,54	166,34
Premi Reasuransi	(15,81)	(12,46)	(14,71)	(7,46)	(30,52)	(19,93)
Jumlah Pendapatan Premi	55,07	43,33	108,76	98,02	163,84	141,35
Kenaikan Cadangan Premi	(3,82)	(3,17)	(29,01)	(42,79)	(32,83)	(45,95)
Beban Klaim	(19,62)	(11,35)	(64,60)	(50,53)	(101,41)	(97,86)
Beban Usaha	(28,85)	(23,99)	(36,31)	(39,39)	(66,96)	(63,15)
Hasil Investasi	2,73	1,09	13,21	8,60	15,94	9,20
Pendapatan (Beban) Lain-lain	3,23	(0,50)	(4,15)	0,41	0,54	1,80
Laba (Rugi) Ssebelum Pajak	2,23	2,27	0,69	(17,94)	0,20	(16,77)
Laba (Rugi) Bersih	2,17	2,06	1,43	(18,37)	0,92	(17,39)
Ekuitas (Rp Miliar)						
Aktiva Lancar	34,13	21,39	36,20	28,69	69,91	51,72
Aktiva Tetap	6,44	4,76	20,49	19,97	26,98	24,87
Aktiva Lain-lain	1,32	1,99	1,00	0,43	1,37	0,49
Investasi	37,03	43,50	203,09	181,12	224,94	210,90
Total Aktiva	78,93	71,64	262,21	230,20	103,20	103,20
Kewajiban	35,18	28,62	200,52	168,63	325,42	288,23
Modal Saham	31,00	31,00	86,79	56,29	235,82	196,80
Saldo Laba (Rugi)	11,90	10,90	24,80	(24,77)	89,60	91,43
Jumlah Ekuitas	43,75	43,02	61,69	61,57	(19,00)	(17,29)
Rasio Keuangan (%)/ Financial Ratios (%)						
Rasio Investasi terhadap Cadangan Teknis dan Utang Klaim	158	222	106	111	104	115
Rasio Beban Klaim terhadap Premi Bruto	27	19	66	81	52	59
Rasio Pendapatan Investasi terhadap Rata-rata Investasi	7	3	7	5	7	4
Rasio Beban Usaha terhadap Pendapatan Premi Bruto	39	41	29	37	34	38
Lain-lain						
Jumlah Karyawan Tetap	235	231	312	295	51	56
Jumlah Cabang	34	20	38	33	-	-
Rasio Batas Tingkat Solvabilitas (BTS)	177	247	325	379	-	-

Sumber : www.takaful.com

Permasalahan dan tantangan yang muncul dalam pengembangan asuransi syariah di Indonesia antara lain adalah rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah terutama yang disebabkan oleh dominasi asuransi konvensional. Adapun beberapa kendala yang muncul sehubungan dengan pengembangan asuransi syariah adalah seperti: pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional asuransi syariah, jaringan kantor asuransi syariah yang belum luas, dan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam perasuransian syariah yang masih sedikit (Ali, 2004:18).

Upaya-upaya peningkatan yang diperlukan dalam rangka mengembangkan jaringan asuransi syariah adalah berupa pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem, dan seluk-beluk asuransi syariah karena perkembangan asuransi syariah tergantung pada besarnya preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah. Oleh karena itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah efektif diperlukan informasi mengenai karakteristik dan perilaku masyarakat terhadap asuransi syariah.

Melalui latar belakang inilah penulis merasa tergerak untuk melakukan penelitian terhadap perkembangan asuransi syariah di Indonesia khususnya PT. Asuransi Takaful Keluarga dengan mengangkat tema skripsi berjudul : **ANALISIS POTENSI DAN PREFERENSI MASYARAKAT TERHADAP ASURANSI SYARIAH DI KOTA PALEMBANG (STUDI KASUS PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA CABANG PALEMBANG).**

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka masalah pokok yang diteliti adalah bagaimana potensi dan preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah di Palembang (Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang).

I.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana potensi dan preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah di Palembang (Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang).

I.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan informasi karakteristik dan perilaku nasabah kepada lembaga keuangan dengan sistem bagi hasil.
2. Memberikan informasi faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Landasan Teori

1.5.1.1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut definisi Engel et al seperti yang dikutip oleh Bilson Simamora adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Sementara itu, Loudon dan Bitta lebih menekankan perilaku konsumen sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa.

Kotler dan Armstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal (Simamora, 2004:2).

Definisi diatas mengandung beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Perilaku konsumen menyoroti perilaku individu dan rumah tangga.
2. Perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengonsumsi, dan menghabiskan produk.
3. Mengetahui perilaku konsumen meliputi perilaku yang dapat diamati seperti jumlah yang dibelanjakan, kapan, dengan siapa, oleh siapa, dan bagaimana barang yang sudah dibeli dikonsumsi. Juga variabel-variabel yang tidak dapat

diamati seperti nilai-nilai yang dimiliki konsumen, kebutuhan pribadi, persepsi, bagaimana mereka mengevaluasi alternatif, dan apa yang mereka rasakan tentang kepemilikan dan penggunaan produk yang bermacam-macam.

Pada konsep pemasaran, dapat dikatakan bahwa berbeda seseorang berarti berbeda pula pilihannya, baik itu tentang produk, merek, tempat beli, jumlah pembelian serta frekuensi pembelian. Perbedaan tersebut dapat menimbulkan pertanyaan yang kemudian para ahli memberikan argumentasinya masing-masing. Setidaknya ada lima teori yang terkait dengan perbedaan tersebut (Simamora, 2004:3).

1.5.1.1.1. Teori Ekonomi

Dalam ilmu ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhan mereka. Selama utilitas marjinal (*marginal utility*) yang diperoleh dari pembelian produk masih lebih besar atau sama dengan biaya yang dikorbankan, orang-orang akan membeli suatu produk.

1.5.1.1.2. Teori-Teori Psikologis

Beberapa ahli beranggapan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh dorongan psikologis. Ada beberapa teori yang termasuk dalam golongan ini dan selanjutnya dapat digolongkan menjadi dua bagian besar, yaitu teori pembelajaran dan teori motivasi.

1.5.1.1.2.1. Teori Pembelajaran

Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang merupakan hasil belajar dari akumulasi pengalaman selama hidupnya. Pilihan konsumen tentu tidak didasarkan pada hasil belajar dari pengalaman sendiri. Oleh karena itu, para pemasar perlu menciptakan komunikasi informal yang positif tentang perusahaan agar dalam proses berbagi pengalaman di antara para konsumen, perusahaan diuntungkan. Caranya adalah dengan menjaga kepuasan serta memelihara hubungan dengan pelanggan yang ada serta menunjukkan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial.

1.5.1.1.2.2. Teori Motivasi

Ada teori yang berkenaan dengan masalah perilaku konsumen dan kedua-duanya bertolak belakang, yaitu Teori Freud dan Teori Maslow. Pada dasarnya, Freud menyatakan bahwa seseorang tidak bisa memahami motivasi yang mendorong perilakunya secara pasti. Sebaliknya, Maslow menyatakan bahwa motivasi seseorang dapat dihubungkan dengan kebutuhannya. Untuk itu dia mengemukakan lima tingkatan kebutuhan.

1.5.1.1.3. Kepercayaan dan Sikap

Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sedangkan sikap adalah organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif kepada suatu aspek. Dapat pula dikatakan bahwa sikap adalah cara kita berpikir, merasa dan bertindak melalui aspek di lingkungan. Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat, atau

sekedar percaya. Kepercayaan inilah yang akan membentuk citra produk dan merek. Sedangkan sikap menuntun orang untuk berperilaku secara relatif konsisten terhadap objek yang sama. Berikut ini dijelaskan tiga komponen sikap.

1. *Cognitive Component*. Komponen ini terdiri dari kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Kepercayaan tentang atribut suatu produk biasanya dievaluasi secara alami. Semakin positif kepercayaan, maka keseluruhan komponen kognitif akan terdukung, yang pada akhirnya akan mendukung keseluruhan dari sikap itu.
2. *Affective Component*. Perasaan dan reaksi emosional kepada suatu objek menunjukkan komponen afektif dari sikap. Misalnya konsumen mengatakan "Saya menyukai produk A". Itu merupakan hasil dari emosi atau evaluasi afektif dari suatu produk. Evaluasi ini terbentuk tanpa adanya informasi kognitif atau kepercayaan tentang produk tersebut. Atau merupakan hasil evaluasi dari penampilan produk pada setiap atributnya. Kebanyakan kepercayaan tentang produk berhubungan dengan reaksi afektif.
3. *Behavioral Component*. Komponen ini adalah respons dari seseorang terhadap objek atas aktivitas. Seperti keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk akan memperlihatkan komponen *behavioral*.

1.5.1.1.4. Proses Keputusan Membeli

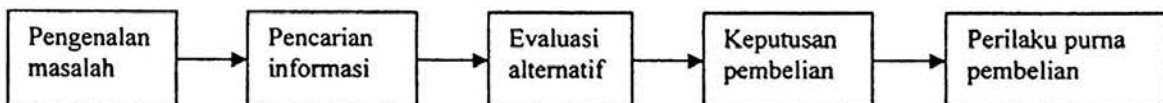
Suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli. Terdapat lima peran yang terjadi dalam keputusan membeli:

1. Pemrakarsa (*initiator*). Orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu.
2. Pembeli pengaruh (*influencer*). Orang yang pandangan/nasihatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.
3. Pengambil keputusan (*decider*). Orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian, apakah membeli, apa yang dibeli, kapan hendak membeli, dan di mana akan membeli.
4. Pembeli (*buyer*). Orang yang melakukan pembelian nyata.
5. Pemakai (*user*). Orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

Ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berakhir jauh setelah pembelian. Setiap konsumen tentu melewati kelima tahap ini untuk setiap pembelian yang mereka buat. Dalam pembelian yang lebih rutin, mereka membalik tahap-tahap tersebut. Gambar berikut ini melukiskan proses tersebut.

Gambar 1.

Proses Keputusan Pembelian



Sumber: Kotler dalam Simamora, 2004:15

Secara rinci tahap-tahap tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. **Pengenalan Masalah.** Proses membeli diawali pada saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan itu dapat disebabkan oleh rangsangan internal dalam kasus pertama kebutuhan normal seseorang, yaitu rasa lapar, dahaga, meningkat hingga tingkat tertentu dan berubah menjadi dorongan. Atau suatu kebutuhan dapat timbul karena disebabkan rangsanagan eksternal.
2. **Pencarian Informasi.** Seorang konsumen terdorong kebutuhannya mungkin atau juga tiak, mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan konsumen kuat dan prosuk itu berada di dekatnya, mungkin konsumen akan langsung membelinya. Jika tidak, konsumen ini hanya akan menjadi ingatan saja. Pencarian informasi terdiri dari dua jenis menurut tingkatannya, yang pertama adalah perhatian yang meningkat, yang ditandai dengan pencarian informasi yang sedang-seang saja. Kedua, pencarian informasi secara aktif yang dilakukan dengan mencari informasi dari segala sumber.
3. **Evaluasi Alternatif.** Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan moel dari proses evaluasi konsumen sekarang bersigat kognitif, yaitu mereka memandang konsumen sebahai pembentuk penilaian terhadap produk terutama berdasarkan pada pertimbangan yang sadar dan rasional.



4. Keputusan Membeli. Pada tahap ini, konsumen membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada peringkat pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai.
5. Perilaku Purna Pembelian. Sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan. Konsumen juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang menarik minat atau pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

1.5.1.2. Aksioma

Aksioma adalah sesuatu yang tidak dapat dibantah kebenarannya atau yang pasti terjadi. Dalam ilmu ukur dikenal suatu aksioma bahwa diantara dua titik hanya dapat dilewati sebuah garis lurus. Ada empat buah aksioma yang harus diperhatikan para pemakai preferensi dan pelanggaran dari setiap aksioma berakibat tidak validnya model yang dipakai. Keempat aksioma tersebut adalah (www.google.com/search?/AHP_details/HTML_Versi):

1. *Reciprocal Comparison*, artinya si pengambil keputusan harus bisa membuat perbandingan dan menyatakan preferensinya. Preferensi itu sendiri harus memenuhi syarat resiprokal yaitu kalau A lebih disukai dari B dengan skala x , maka B lebih disukai dari A dengan skala $1/x$.
2. *Homogeneity*, artinya preferensi seseorang harus dapat dinyatakan dalam skala terbatas atau dengan kata lain elemen-elemen dapat dibandingkan satu sama

lain. Kalau aksioma ini tidak dapat dipenuhi maka elemen-elemen yang dibandingkan tersebut tidak homogenous dan harus dibentuk kelompok elemen-elemen yang baru.

3. *Independence*, artinya preferensi dinyatakan dengan mengasumsikan bahwa kriteria tidak dipengaruhi oleh alternatif-alternatif yang ada melainkan oleh objektif secara keseluruhan. Artinya perbandingan antara elemen-elemen dalam satu level dipengaruhi atau tergantung oleh elemen-elemen dalam level di atasnya.
4. *Expectations*, artinya untuk tujuan pengambilan keputusan, struktur preferensi diasumsikan lengkap. Apabila asumsi ini tidak dipenuhi maka si pengambil keputusan tidak memakai seluruh kriteria dan atau objektif yang tersedia atau diperlukan sehingga keputusan yang diambil dianggap tidak lengkap.

1.5.1.3. Asuransi Konvensional

Mark R. Greene, mendefinisikan asuransi sebagai institusi ekonomi yang mengurangi risiko dengan menggabungkan di bawah satu manajemen dan kelompok objek dalam suatu kondisi sehingga kerugian besar yang terjadi yang diderita oleh suatu kelompok tadi dapat diprediksi dalam lingkup yang lebih kecil (Greene dalam Sula, 2004:26).

Secara baku, dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian, Asuransi atau Pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, di 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 pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti; atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Sedangkan ruang lingkup usaha Asuransi, terkait pada usaha jasa keuangan dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberi perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.

1.5.1.4. Asuransi Syariah

Asuransi syariah atau lebih sering disebut dengan Asuransi Takaful menurut etimologi bahasa Arab berasal dari kata *kafala* (Sofyan,1997:98). Takaful merupakan kegiatan saling memikul resiko di antara sesama orang sehingga antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko lainnya. Saling pikul resiko itu dilakukan atas dasar saling tolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana ibadah (*tabarru*) yang ditujukan untuk menanggung resiko.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) dalam fatwanya tentang pedoman umum asuransi syariah, memberi definisi tentang asuransi. Menurutnya, Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful, Tadhmun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk

menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah (Fatwa DSN-MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001).

1.5.1.2.1. Tabarru' (Hibah/Dana Kebajikan)

Tabarru' merupakan pemberian sukarela seseorang kepada orang lain, tanpa ganti rugi, yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan harta itu dari pemberi kepada orang yang diberi (Harun dalam Sula,2004:35).

Niat *tabarru'* dalam akad asuransi syariah adalah alternatif uang sah yang dibenarkan oleh syara' dalam melepaskan diri dari praktik gharar yang diharamkan oleh Allah SWT.. Dalam Al-Qur'an, kata *tabarru'* tidak ditemukan. Akan tetapi, *tabarru'* dalam arti dana kebajikan dari kata *al-birr* 'kebajikan' dapat ditemukan dalam Al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 177, sebagai berikut:

لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ
وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ
وَالنَّبِيِّينَ وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ
وَأَبْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ
وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ
وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴿١٧٧﴾

"Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan.

Akan tetapi, sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi, dan memberikan harta yang dicintainya

kepada kerabatnya, anak yatim, orang-orang miskin, musafir (orang yang memerlukan pertolongan), dan orang-orang yang meminta-minta, serta (memerdekakan) hamba sahaya". (al-Baqarah: 177).

Nabi Muhammad saw. bersabda,.

"Saling memberi hadiahlah, kemudian saling mengasihi." (HR. Bukhari, Nasai, Hakim, dan Baihaqi)

Baik ayat maupun hadits di atas, menurut jumhur ulama, menunjukkan (hukum) anjuran untuk saling membantu antar sesama manusia. Oleh sebab itu, Islam sangat menganjurkan seseorang yang mempunyai kelebihan harta untuk menghibahkannya kepada saudara-saudaranya yang memerlukan.

Dalam konteks akad dalam asuransi syariah, *tabarru'* bermaksud memberikan dana kebajikan dengan niat tulus ikhlas untuk tujuan saling membantu di antara sesama peserta takaful (asuransi syariah) apabila ada di antaranya yang mendapat musibah. Dana klaim yang diberikan diambil dari rekening dana *tabarru'* yang sudah diniatkan oleh semua peserta ketika akan menjadi peserta asuransi syariah, untuk kepentingan dana kebajikan atau dana tolong-menolong. Karena itu, dalam akad *tabarru'*, pihak yang memberi dengan ikhlas memberikan sesuatu tanpa ada keinginan untuk menerima apapun dari orang yang menerima, kecuali kebaikan dari Allah SWT. Hal ini berbeda dengan akad *mu'awadhah* dalam asuransi (konvensional) di mana pihak yang memberikan sesuatu kepada orang lain berhak menerima penggantian dari pihak yang diberinya (Sula, 2004:37).

Akad *tabarru'* adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebaikan dan tolong-menolong, bukan semata untuk tujuan komersial. Dalam akad *tabarru'*, peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong peserta lain yang terkena musibah. Sedangkan, perusahaan hanya bertindak sebagai pengelola (Definisi *tabarru'* menurut Fatwa DSN-MUI, No.21/DSN-MUI/X/2001).

Dari definisi di atas, tampak bahwa asuransi syariah bersifat saling melindungi dan tolong-menolong yang disebut '*ta'awun*'. Yaitu, prinsip hidup saling melindungi dan saling menolong atas dasar ukhuwah islamiyah antara sesama anggota peserta Asuransi Syariah dalam menghadapi risiko (Sula, 2004:30).

1.5.1.2.2. Aqad (Akad)

Syeikhul Islam Ibnu Taimiyah, seorang ulama salaf ternama dalam kitabnya yang terkenal Majmu' Fatawa (28/384) mengatakan "Akad dalam Islam dibangun atas dasar mewujudkan keadilan dan menjauhkan penganiayaan. Sebab, pada asalnya harta seseorang muslim itu tidak halal, kecuali jika dipindahkan haknya dengan kesukaan hatinya (kerelaan). Akan tetapi, nantinya tidak akan suka, kecuali apabila ia berikan miliknya itu dengan kerelaan bukan terpaksa, dengan ketulusan bukan karena tertipu atau terkecoh. Keadilan itu di antaranya ada yang jelas dapat diketahui oleh setiap orang dengan akalinya, seperti halnya pembeli wajib menyerahkan harga dan penjual menyerahkan barang jualannya kepada pembeli secara jelas (Taimiyah dalam Sula, 2004:40).

Untuk itulah, maka akad-akad dalam muamalah sangat luas sampai mencakup segala apa saja yang dapat merealisasi kemaslahatan-kemaslahatan. Sebab, muamalah

pada dasarnya adalah boleh dan tidak terlarang, dalam kaidah-kaidahnya memberi kemungkinan mengadakan macam-macam akad baru yang dapat merealisasi pola-pola muamalah baru pula. Hal inilah yang merupakan kemudahan, keluasan, dan keuniversalan ajaran Islam.

Akad antara perusahaan dan peserta juga harus jelas pada asuransi. Apakah akadnya jual beli (*aqd tabadulli*) atau akad tolong-menolong (*aqd takafuli*) atau akad lainnya. Dalam asuransi konvensional terjadi kerancuan/ketidakjelasan akad yang melandasinya semacam akad jual-beli (*aqd tabaduli*). Karena akadnya adalah akad jual-beli, maka syarat-syarat dalam akad tersebut harus dipenuhi dan tidak melanggar ketentuan-ketentuan syariah. Pada asuransi konvensional, penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan atau yang diperoleh serta akad jelas, tetapi yang menjadi masalah adalah harga (berapa besar premi yang akan dibayar) kepada perusahaan asuransi. Padahal, hanya Allah yang tahu kapan seseorang itu akan meninggal. Jadi, pertanggung jawaban yang akan diperoleh sesuai dengan yang diperjanjikan menjadi jelas, tetapi jumlah yang akan dibayarkan menjadi tidak jelas, tergantung usia, dan hanya Allah yang tahu kapan seseorang akan meninggal (Sula, 2004:41).

Pada asuransi syariah, akad yang melandasinya bukanlah akad jual-beli (*aqd tabaduli*), atau akad *mu'awadah* sebagaimana yang terdapat pada asuransi konvensional. Tetapi yang melandasinya adalah akad tolong-menolong (*aqd takafuli*) dengan menciptakan instrumen baru untuk menyalurkan dana kebajikan melalui akad *tabarru'* (hibah).

1.5.1.2.3. Gharar (Ketidakpastian)

Gharar terjadi apabila kedua pihak saling tidak mengetahui apa yang akan terjadi, kapan musibah akan menimpa, atau merupakan suatu kontrak yang dibuat berdasarkan pengandaian (*ihtimal*) semata. H.M. Syafi'i Antonio menjelaskan bahwa *gharar* atau ketidakpastian dalam asuransi konvensional ada dua bentuk, yaitu bentuk akad syariah yang melandasi penutupan polis, dan sumber dana pembayaran klaim dan keabsahan syar'i penerimaan uang klaim itu sendiri (Antonio dalam Sula, 2004:48).

Secara konvensional, kontrak/perjanjian dalam asuransi jiwa dapat dikategorikan sebagai *aqd tabaduli* atau akad pertukaran, yaitu pertukaran pembayaran premi dengan uang pertanggungan. Secara syariah, dalam akad pertukaran harus jelas berapa yang dibayarkan dan berapa yang diterima. Keadaan akan menjadi rancu (*gharar*) ketika nasabah mengetahui berapa yang akan diterima (sejumlah uang pertanggungan) tetapi tidak mengetahui berapa jumlah keseluruhan premi yang dibayar karena hanya Allah yang tahu kapan seseorang akan meninggal. Di sinilah *gharar* terjadi pada asuransi konvensional.

1.5.1.2.4. Maisir (Judi/Untung-Untungan)

Pada industri asuransi, adanya *maisir* atau *gambling* disebabkan adanya *gharar* sistem dan mekanisme pembayaran klaim. Prof. Mustafa Ahmad Zarqa mengatakan bahwa adanya unsur *gharar* menimbulkan *al-qumaar* sama dengan *al-maisir*, *gambling*, dan perjudian. Artinya, ada salah satu pihak yang untung, tetapi ada pula pihak lain yang dirugikan. Hal ini tampak jelas apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversing period*, maka yang bersangkutan tidak

akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan kecuali sebagian kecil saja (Zarqa dalam Sula, 2004:50).

Maisir menurut Syafi'i Antonio dalam asuransi konvensional terjadi dalam tiga hal (Antonio dalam Sula, 2004:52).

1. Ketika seorang pemegang polis mendadak terkena musibah sehingga memperoleh hasil klaim, padahal baru sebentar menjadi klien asuransi dan baru sedikit membayar premi. Jika ini terjadi, nasabah diuntungkan.
2. Sebaliknya, jika hingga akhir masa perjanjian tidak terjadi sesuatu, sementara nasabah sudah membayar premi secara penuh/lunas, maka perusahaanlah yang diuntungkan.
3. Apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversing period*, maka yang bersangkutan tidak akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan (*cash value*) kecuali sebagian kecil saja, bahkan uangnya dianggap hangus.

Dalam ilmu asuransi (konvensional), asuransi dianggap berbeda dengan judi karena kontrak asuransi harus berdasarkan adanya kepentingan keuangan (*insurable interest*) dan atas kepentingan keuangan tersebut hanya dijamin terhadap risiko murni (*pure risk*), artinya dengan ganti rugi asuransi nasabah. Nasabah hanya akan dipulihkan ke kondisi finansial sesaat sebelum kejadian suatu risiko (*principle indemnity*), nasabah tidak boleh mendapatkan keuntungan dari terjadinya suatu risiko. Di sisi lain judi tidak mengharuskan adanya *insurable interest* dan risiko yang diperjudikan bersifat spekulatif atau salah satu pihak akan untung dan lain pihak akan rugi. Dari perbedaan inilah, maka

teori dasar asuransi menganggap bahwa asuransi bukanlah judi (Iqbal dalam Sula, 2004:52).

Untuk menghindarkan diri dari unsur *maisir*, para pelaku asuransi tidak cukup hanya dengan mengandalkan sisi klien harus memiliki *insurable interest*, dan jika terjadi kerugian hanya diganti rugi pada kondisi sesaat sebelum kejadian (*indemnity*). Tetapi, di sisi pengelolaan usaha khususnya dalam memilih portofolio risiko dan menentukan nilai premi juga harus sepadan (*equitable*) terhadap risiko yang dijamin. Oleh karena itu, di Indonesia terdapat peraturan yang mengharuskan suku premi asuransi dihitung berdasarkan statistik profil risiko sekurang-kurangnya lima tahun (Iqbal dalam Sula, 2004:52).

1.5.1.2.5. Riba (Bunga)

Syafi'i Antonio secara singkat menjelaskan pengertian masing-masing jenis riba sebagai berikut (Antonio dalam Sula, 2004:54).

1. *Riba Qardh*, yaitu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berhutang (*muqtaridh*).
2. *Riba Jahiliah*, yaitu utang dibayar lebih dari pokoknya, karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.
3. *Riba Fadhl*, yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan termasuk dalam jenis barang ribawi.
4. *Riba Nasi'ah*, adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. *Riba Nasi'ah*

muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dengan yang diserahkan kemudian.

Dalam kaitan riba sama dengan bunga bank, Wahbah as-Zuhaili mengatakan bahwa "Bunga bank adalah haram hukumnya, karena bunga bank adalah riba nasi'ah. Sama saja apakah bunga itu mengembang atau menumpuk. Karena perbuatan baik adalah janji dan janji, sungguh bunga bank merupakan riba yang jelas, bunga adalah haram hukumnya karena seperti riba (Zuhaili dalam Sula, 2004:56).

Syekh Abdul Aziz bin Abdillah bin Baaz (Baaz dalam Sula, 2004:56), dalam fatwanya tentang Peringatan Terhadap Penanam Saham dan Pendepositoan Uang di Bank-Bank Ribawi untuk Mendapatkan Keuntungan serta Peminjaman antara lain mengatakan, "Seorang muslim yang menasehati dirinya, yang menginginkan kebaikan dan keselamatan dari azab Allah serta meraih keridhaan dan rahmat-Nya bagi dirinya, wajib menjauhi perserikatan penanaman modal dalam bank-bank ribawi, atau pendepositoan uang di bank untuk mendapatkan keuntungan. Atau, meminjam sesuatu darinya dengan memberi sesuatu keuntungan merupakan bagian dari muamalah ribawi. Inilah termasuk tolong-menolong dalam dosa dan permusuhan yang telah dilarang oleh Allah dengan firman-Nya: *"Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya."* (al-Maa'idah: 2).

1.5.3. Penelitian Terdahulu

Sari (2005) dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel pendapatan nasional dan variabel jumlah perusahaan asuransi jiwa yang diukur dari besarnya penerimaan premi mempunyai hubungan yang positif (searah) terhadap penghimpunan dana masyarakat pada asuransi jiwa di Indonesia. Kemudian dari hasil pengujiannya yang dilakukan sesuai dengan kriteria, variabel pendapatan nasional per kapita dan jumlah perusahaan asuransi jiwa mampu menjelaskan penghimpunan dana masyarakat di asuransi jiwa sebesar 71,8 persen dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain selain pendapatan per kapita. Lalu, dari hasil regresi linier berganda yang dilakukan, 84,4 persen dari pendapatan nasional per kapita dan jumlah perusahaan asuransi jiwa mampu menjelaskan variabel penghimpunan dana masyarakat.

Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam: suatu tinjauan analisis historis, teoritis, dan praktis yang dilakukan oleh AM. Hasan Ali, MA., menjelaskan perspektif SWOT pada asuransi syariah di Indonesia. Ada beberapa aspek yang dapat menjadi peluang, ancaman (tantangan), kekuatan, dan kelemahan dalam memperluas jaringan bisnis asuransi syariah di Indonesia. Beberapa faktor yang dapat menjadi peluang dan mendukung prospek asuransi syariah diantaranya adalah keunggukan konsep asuransi syariah dapat memenuhi peningkatan tuntutan "fairness"/rasa keadilan dari masyarakat dan meningkatnya kesadaran untuk bermuamalah sesuai syariah. Sedangkan faktor yang masih merupakan ancaman atau tantangan bagi perkembangan asuransi syariah di Indonesia diantaranya adalah globalisasi, masuknya asuransi luar negeri yang memiliki kapital besar dan teknologi yang lebih tinggi dan langkanya ketersediaan SDM yang

berkualitas dan memiliki semangat syariah. Kekuatan positif yang dapat mempengaruhi perkembangan asuransi syariah di Indonesia diantaranya adalah pemegang saham yang memiliki visi dan misi syariah yang jelas dan mampu mengusahakan “capital market” awal serta tenaga kerja profesional/sumber daya inti yang kompeten dan memiliki integritas moral dan semangat Islam, yang berada dalam sebuah *teamwork* yang solid. Sedangkan beberapa kelemahan yang masih dalam tahap peningkatan diantaranya adalah pemasaran produk asuransi syariah masih memiliki alternatif distribusi yang terbatas dibanding pola konvensional dan kompleksitas dalam administrasi syariah (misalnya perhitungan bagi hasil dan tingkat hasil investasi) masih memerlukan dukungan sistem yang andal.

Penelitian Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang dilakukan oleh Bank Indonesia dan Universitas Diponegoro pada tahun 2000 menyatakan bahwa sikap masyarakat terhadap sistem dan produk perbankan syariah menunjukkan sebagian besar masyarakat tidak mengetahui sistem maupun produk perbankan syariah. Tetapi, ada beberapa daerah yang mempunyai proporsi terbesar berkaitan dengan pengetahuan tentang sistem dan produk, terdapat pada Kabupaten Demak dan Kabupaten Kendal. Sedangkan perilaku masyarakatnya, ada sekitar 59,00 persen yang menginginkan menabung di perbankan syariah dan 55,11 persen yang menyatakan menginginkan untuk memperoleh pembiayaan dari perbankan syariah. Ditinjau dari pengembangan Bank Syariah di Jawa Tengah maupun DIY dapat dilihat bahwa pengembangan perbankan syariah mempunyai prospek yang menggembirakan. Hal ini tercermin dari sebagian

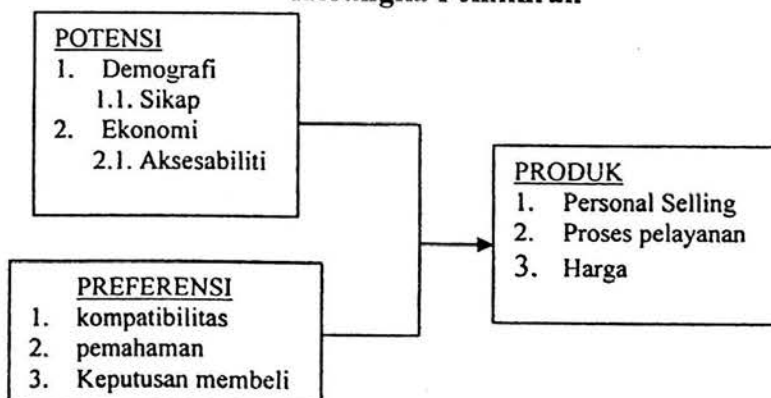
besar responden yang mempunyai respon positif meskipun mereka belum mengenal tentang sistem dan produk-produk perbankan syariah.

Pada uji kolinieritas antara sikap dan perilaku, terdapat bahwa semakin tinggi sikap positif masyarakat terhadap perbankan syariah maka akan diikuti pula oleh semakin tingginya probabilitas untuk menabung maupun memperoleh pembiayaan dari perbankan syariah. Hasil perhitungan interaksi antara faktor potensi dan preferensi terhadap perilaku masyarakat pada perbankan syariah menunjukkan bahwa penurunan tingkat potensi masyarakat tidak berpengaruh terhadap probabilitas keinginan untuk menabung maupun memperoleh pembiayaan dari perbankan syariah. Sedangkan uji Chow membuktikan bahwa di antara 15 kabupaten yang ada, mempunyai perbedaan yang cukup berarti. Hal ini berarti bahwa keinginan masyarakat berhubungan dengan bank syariah harus dikaji masing-masing daerah, karena kondisi potensi dan preferensi mereka sangat bervariasi.

1.5.4. Kerangka Pemikiran

Alur pemikiran dari penelitian ini adalah sebagaimana tergambar dalam bagan di bawah ini:

Gambar 2.
Kerangka Pemikiran



Keterangan:**POTENSI:**

Demografi, meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, dan sikap penerimaan responden terhadap asuransi syariah

Ekonomi, meliputi penghasilan kotor per bulan yang diterima oleh responden, status pekerjaan, pengeluaran per bulan, dan aksesabiliti atau kecepatan terhadap penerimaan informasi asuransi dan komunikasi terhadap asuransi

PREFERENSI:

Pemahaman adalah pengetahuan yang diterima oleh responden mengenai asuransi syariah dan sistem bagi hasil dan dilanjutkan dalam penerapan.

Kompatibilitas adalah pandangan responden tentang kecocokan penerapan sistem bagi hasil.

Keputusan membeli adalah sikap yang diambil oleh responden setelah memahami asuransi syariah.

PRODUK:

Personal Selling, adalah pelayanan dan informasi yang disampaikan petugas asuransi

Proses Pelayanan, adalah proses kerja dalam melayani responden selama menjadi peserta asuransi.

Harga, adalah penawaran yang dilakukan oleh pihak asuransi atas produk asuransi tersebut dan tanggapan dari responden atas tawaran tersebut.

1.6. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan teori yang menjadi acuan pemikiran, maka hipotesis sementara yang dapat diambil adalah potensi dan preferensi masyarakat bersikap positif terhadap asuransi syariah, artinya berdasarkan sikap responsif masyarakat Kota Palembang dan preferensi dari bagi hasil dan tingkat kompatibilitas (kecocokan terhadap sistem syariah) mencerminkan perkembangan asuransi syariah dapat terjadi.

1.7. Metodologi Penelitian

1.7.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pembahasan ditekankan pada potensi dan preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah di Kota Palembang (Studi Kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang). Dimensi potensi yang dikaji adalah demografi dan ekonomi, yang semuanya menjelaskan tentang identitas para nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang. Dimensi produk yang dikaji adalah mengenai personal selling, proses pelayanan, dan harga yang dilakukan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga terhadap nasabah maupun masyarakat. Sedangkan pada dimensi preferensi, akan menjelaskan hasil dari pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah, kompatibilitas (kecocokan) terhadap penggunaan sistem syariah, dan keputusan untuk bergabung pada asuransi syariah atau tidak.

1.7.2. Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dilakukan melalui teknik wawancara dengan kusioner kepada nasabah asuransi syariah. Pengambilan responden dipilih secara *accidental* dengan jumlah sampel diambil sebanyak 20 sampel yang merupakan nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang.

Sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan berbagai sumber buku, data yang didapat dari laporan PT. Asuransi Takaful, jurnal, majalah, koran, internet, dan media lainnya yang relevan dengan penulisan ini.

1.7.3. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisa kualitatif. Analisa kualitatif digunakan untuk membahas tentang potensi dan preferensi terhadap asuransi melalui aplikasi SPSS Non Parametrik, dengan persamaan:

$$Y = f(X_1, X_2,)$$

Keterangan:

Y = Produk Asuransi Syariah

X₁ = Potensi

X₂ = Preferensi

1.7.3.1. Angket

Langkah penyusunan angket dimulai dengan menetapkan sebuah konstruk, dengan membuat batasan (definisi) variabel yang akan diukur. Pada penelitian ini, untuk

mempertegas definisi variabel potensi, maka dimensi yang digunakan adalah dimensi demografi dan ekonomi yang mencirikan nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga. Pada variabel produk, dimensi yang digunakan adalah personal selling, proses pelayanan, dan harga. Pada variabel preferensi, dimensi yang digunakan adalah kompatibilitas, pemahaman, dan keputusan untuk membeli. Setelah menetapkan konstruk sebagai batasan variabel, maka disusunlah berbagai butir pertanyaan untuk mengungkapkan pengertian yang tepat dari potensi, preferensi, dan produk.

1.7.3.2. Konstruk variabel

1.7.3.2.1. Variabel Potensi

Potensi adalah peluang-peluang yang dapat diperhatikan oleh pihak asuransi syariah dari para responden, meliputi komunikasi dan lokasi, pribadi responden, dan kemampuan ekonomi peserta asuransi. Indikator potensi ini antara lain dicerminkan dari kondisi ekonomi responden, aksesabiliti atau kecepatan terhadap penerimaan informasi dan media informasi yang disampaikan oleh pihak asuransi, dan responden terhadap perkembangan asuransi.

Tabel 3

Kisi-kisi Instrumen Potensi

Dimensi	Indikator	Butir Angket	
		Nomor	Jumlah
1. Demografi	1.1 Sikap yang diambil peserta asuransi	5, 6, 7, 8, 10	5
2. Ekonomi	2.1 Aksesabiliti atau komunikasi, informasi, dan pelayanan yang diberikan pihak asuransi	1, 2, 3, 4, 9, 11,	6
	Jumlah		11

1.7.2.2. Variabel Preferensi

Preferensi adalah pilihan atau minat dari peserta asuransi terhadap asuransi syariah yang dilihat dari pandangan, pengamatan, dan informasi yang diterima. Indikator yang digunakan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang asuransi syariah dan sistem yang digunakan (bagi hasil), kompatibilitas atau pandangan responden tentang kecocokan penerapan sistem bagi hasil, dan keputusan membeli

Tabel 4

Kisi-kisi Instrumen Preferensi

Dimensi	Indikator	Butir	
		Nomor	Jumlah
1. Kompatibilitas	1.1 Bagi hasil yang ditawarkan	15	1
	1.2 Penerimaan terhadap sistem bagi hasil	17, 20	2
	1.3 keuntungan asuransi syariah	12	1
2. Pengetahuan dan pemahaman	2.1 Memilih karena syariah agama	13	1
	2.2 Minat dan pilihan terhadap asuransi lain	14, 18	2
	2.3 Pernyataan tentang riba	16	1
	2.4 Memilih karena kemajuan teknologi	19	1
	2.5 Memilih karena kredibilitas	21	1
	2.6 Memilih karena status asuransi	23	1
	2.7 Memilih karena fasilitas	22	1
3. Keputusan membeli	3.1 Memutuskan setelah melakukan kajian	38	1
	3.2 Pilihan yang sesuai	39	1
	Jumlah		14

1.7.3.2.3. Variabel Produk

Produk adalah pelayanan pihak asuransi terhadap responden untuk menarik minat responden. Indikator yang digunakan antara lain adalah personal selling, harga, dan proses pelayanan.

Tabel 5
Kisi-kisi Instrumen Produk

Dimensi	Indikator	Butir	
		Nomor	Jumlah
1. Personal selling	1.1 Penampilan dan karakter	25	1
	1.2 Penyampaian informasi	26, 28, 32, 33	4
2. Proses pelayanan	2.1 Pelayanan petugas	24, 27, 29, 30, 31	5
3. Harga	3.1 Kajian-kajian informasi dan biaya	34, 35, 36,	3
	3.2 Premi	37	1
	Jumlah		14

1.7.3.3. Uji Validitas (Keabsahan) dan Uji Reliabilitas (Keandalan)

Uji validitas dan reliabilitas menggunakan koefisien korelasi dan koefisien korelasi alpha, antara skor butir dan skor total. Jika koefisien korelasi butir > korelasi tabel, maka butir tersebut dinyatakan valid. Sementara, reliabilitas butir diuji dengan koefisien korelasi alpha. Jika $r_{\text{alpha if item deleted}} < r_{\text{alpha}}$, maka butir tersebut dinyatakan reliabel. Jika $r_{\text{alpha}} \geq r_{\text{alpha if item deleted}}$, maka dimensi pada angket sudah konsisten membentuk faktor atau variabel, dan jika $r_{\text{alpha}} > \text{nilai } 0,7$ maka variabel tersebut sudah optimal dan konsisten membentuk konstruk dalam penelitian (Asngari, 2006:2).

1.8. Batasan Operasional Variabel

1. Asuransi dalam konsep ini adalah Asuransi Takaful Keluarga, merupakan salah satu produk asuransi syariah yang memberikan pertanggungungan untuk partisipasi

oleh individu atau badan-badan usaha dalam jangka panjang dan batas waktunya pada umumnya berkisar antara 10-40 tahun (Lewis,2001:306)

2. Potensi dalam penelitian ini merupakan keadaan pribadi responden yang ditinjau dari segi demografi dan ekonomi, juga sikap penerimaan responden terhadap asuransi syariah.
3. Produk adalah hal-hal yang diberikan atau ditawarkan oleh pihak asuransi kepada responden termasuk di dalamnya hal pelayanan.
4. Preferensi adalah pandangan masyarakat terhadap asuransi syariah yang dapat dilihat dari sisi pemahaman, sistem pembagian keuntungan, dan pengetahuan mengenai asuransi syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Konsep dan Aplikasi Perbankan dan Asuransi Syariah: Menuju Perekonomian yang Lebih Adil dan Bermartabat*, Makalah disampaikan pada Peresmian MES Kota Palembang, Palembang, 26 Agustus 2006.
- Asngari, Imam, *Aplikasi SPSS Non Parametrik Untuk Penelitian*, Makalah disampaikan pada Pelatihan SPSS, Indralaya, 21-22 Maret 2006.
- Bali, Wahid 'Abdussalam, *Muslim Diantara Halal dan Riba*, Cendikia, Jakarta, 2002.
- Bank Indonesia kerjasama dengan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro Semarang, *Ringkasan Eksekutif: Penelitian Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Derah Istimewa Yogyakarta*, Semarang, 2000.
- Hasan Ali, AM., *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoriti, dan Praktis*, Prenada Media, Jakarta, 2004.
- Lewis, Mervyn K. dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip Praktik Prospek*, PT. Serambi Ilmu Semesta, Jakarta, 2001.
- Sari, Dian Yulia, *Pengaruh Pendapatan Nasional Per Kapita dan Jumlah Perusahaan Asuransi terhadap Penghimpunan Dana Masyarakat Pada Perusahaan Asuransi Jiwa Di Indonesia Periode 1999-2003*, Skripsi, Universitas Sriwijaya, 2005.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, Ekunisia, Kampus FE UII Yogyakarta, 2004.
- Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Gramedia, Jakarta, 2004.
- Syakir Sula, Muhammad, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, Gema Insani Pers, Jakarta, 2004.
- TAKAFULNEWS, No. 6/9 tahun II-2005
- www.takaful.com
- www.google.com/search?/AHP_details/HTML_Versi