

Berasuransi Syariah di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pasir Putih Jambi¹

Romy Suranda & Agustina Mutia

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: romysuranda@gmail.com

Abstract: *This research is motivated by the growth of sharia insurance in the province of Jambi, however quantitatively the people who have sharia insurance, especially those in the Pasir Putih sub-district, are still low, this is due to the lack of public knowledge regarding Islamic insurance. This question aims to determine the effect of knowledge on people's interest in sharia insurance and to see changes in knowledge that affect public interest in insuring field research research with a quantitative-descriptive approach with a sample of 100 people. Based on statistical tests partially it is known that knowledge that affects interest is evidenced from $t_{count} 4,937 > t_{table} 1,661$ these results also support the theory that one of the factors that influence is knowledge. Based on the Model Summary, it can be ignored that the knowledge variable has an effect of 0.199 or 19.9% on interest, while 80.1% is from other factors that are not studied.*

Keywords: *Syariah insurance, Pasir Putih Jambi.*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan asuransi syariah di provinsi jambi, akan tetapi secara kuantitatif masyarakat yang berasuransi syariah khususnya di kelurahan Pasir Putih masih terbilang rendah hal tersebut dikarenakan masih rendahnya pengetahuan masyarakat terkait asuransi syariah. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk berasuransi syariah serta untuk mengetahui variasi perubahan pengetahuan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berasuransi syariah penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif-deskriptif dengan sampel berjumlah 100 orang. Berdasarkan uji statistik secara persial diketahui bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat dibuktikan dari $t_{hitung} 4,937 > t_{tabel} 1,661$ hasil tersebut juga mendukung teori yang mengatakan faktor yang mempengaruhi minat salah satunya adalah pengetahuan. Berdasarkan *Model Summary* dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh sebesar 0,199 atau 19,9% terhadap minat, sedangkan 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata-kata kunci: Asuransi syariah, Pasir Putih Jambi.

¹ Tulisan ini adalah bagian dari karya ilmiah akhir penulis untuk gelar strata satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang dibimbing oleh Drs. maulana Yusuf, M.Ag dan Agustina Mutia M.El, dan telah diujikan pada November 2018.

I. Pendahuluan

Perusahaan nonbank yang memiliki peranan yang sama dengan bank adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi bergerak dalam bidang layanan jasa yang diberikan kepada masyarakat untuk menangani resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang. Lembaga nonbank syaria'ah banyak tersebar di Indonesia akan tetapi banyak masyarakat yang belum mengenal produk-produk asuransi syariah.² Padahal secara praktik asuransi tersebut dapat dipergunakan sebagai media untuk perencanaan keuangan pribadi, keluarga atau perusahaan.³ Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 21/DSN-MUI/X/2001 menyatakan bahwa asuransi syariah merupakan usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi. Investasi tersebut dalam bentuk aset dan tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah (tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat).⁴

Perusahaan asuransi secara terbuka menawarkan proteksi serta harapan untuk individu atau kelompok di dalam masyarakat atau institusi atas kemungkinan kerugian yang akan terjadi karena sebuah peristiwa tertentu atau belum pasti. Sehingga kehadiran perusahaan asuransi jauh lebih bermanfaat bagi semua pihak dibandingkan dengan ketidakhadirannya.⁵

Penetrasi pasar yang semakin luas menjadi pendorong tumbuhnya kontribusi asuransi syariah, pertumbuhan tersebut mencapai angka 20%. Selain itu urusan edukasi juga menjadi salah satu fokus perusahaan untuk mendorong industri perasuransian syariah.⁶ Sukmadinata dalam Fahmi Gunawan mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi minat seseorang atau kelompok untuk memilih suatu produk adalah pengetahuan, pengalaman dan informasi.⁷ Sehingga kegiatan promosi adalah usaha yang harus dilakukan perusahaan untuk memperkenalkan atau mengedukasi masyarakat terkait produk barang atau jasa perusahaan tersebut.

Asuransi yang berbasis syariah di kota Jambi berjumlah 11 asuransi, hal tersebut merupakan perkembangan yang cukup baik dikarenakan sudah banyak perusahaan asuransi syariah bermunculan di kota Jambi. Akan tetapi berdasarkan wawancara awal peneliti dengan 4 orang narasumber di

² Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'a di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 2004.

³ Veithzal Rivai, Andria Permata Veitzal, & ferry, *Bank and Finacial Institution*.

⁴ Fatwa-Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI revisi 2006.

⁵ Widyal Lestari, *Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syaria*, hlm. 3.

⁶ Tribun Jambi 10 juni 2017, <http://jambi.tribunnews.com/2017/06/10/semester-i-kontribusi-asuransi-syariah-tumbuh-20-persen>.

⁷ Fahmi Gunawan, *Senarai Penititan, Pendidikan, Hukum, dan ekonomi di Sulawesi Tenggara*, CV Budi Utama, 2012, hlm. 3.

kelurahan pasir putih menyatakan bahwa umumnya mereka memiliki asuransi, yakni asuransi kesehatan, kecelakaan dan kendaraan. Asuransi tersebut berupa asuransi konvensional bukan asuransi syariah yang diperoleh secara individu atau melalui instansi di mana mereka berkerja. Padahal notabennya kelurahan Pasir Putih juga memiliki populasi yang cukup besar yaitu 13.609 dengan mayoritasnya adalah muslim dan di kelurahan Pasir Putih juga terdapat 2 asuransi syariah.⁸

Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat untuk berasuransi syariah, kemudian juga untuk mengetahui variasi perubahan pengetahuan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berasuransi syariah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada masyarakat kelurahan Pasir putih, kemudian wawancara peneliti dengan masyarakat pasir putih serta mendokumentasikan data-data terkait dalam penelitian ini. Kemudian sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, pengambilan sampel tersebut menggunakan teknik Slovin.

II. Pengetahuan dan Minat terhadap Asuransi

Pengetahuan merupakan proses kehidupan yang diketahui manusia secara langsung dari kesadarannya sendiri.⁹ Selain itu pengetahuan juga didefinisikan sebagai kumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang, kelompok, atau budaya tertentu yang dihasilkan dari semua proses baik lahir dari bawaan atau dicapai lewat pengalaman.¹⁰ Pengetahuan konsumen yang berhubungan dengan asuransi adalah pengetahuan terkait produk. Pengetahuan produk tersebut merupakan kumpulan berbagai informasi terkait produk yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan asuransi baik itu asuransi konvensional maupun asuransi syariah.

Pengetahuan produk dikelompokkan menjadi 5 bagian, yakni:¹¹ a) Pengetahuan atribut produk. Atribut produk merupakan unsur-unsur yang menjadi pembeda suatu produk. Atribut produk dapat berupa fitur, kualitas, harga, kemasan, merek, garansi, dan pelayanan. Atribut suatu produk dibedakan kedalam atribut fisik dan abstrak, atribut fisik merupakan atribut yang menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk, sedangkan atribut abstrak adalah atribut yang menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen. Pengetahuan mengenai atribut produk tersebut mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen, pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut produk akan memudahkan

⁸ Zulkarnain, Rudy, Sapri dan Reza, Masyarakat Pasir Putih.

⁹ Loren bagus, *Kamus Filsafat*, Gramedia, 1996, hlm. 803.

¹⁰ Fauziah Indahyani, *Pengaruh Aspek Pengetahuan Guru dan Aspek Bullying Terhadap Pengetahuan Tentang Bullying*, 2018, hlm. 9.

¹¹ Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, Jakarta: Gramedia, 2016, hlm. 88 - 90.

konsumen untuk memilih produk yang akan pilihannya; b) Pengetahuan manfaat produk. Pengetahuan manfaat produk merupakan unsur penting bagi konsumen, karena akan mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen akan merasakan 2 jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk, yaitu manfaat fungsional (*functional consequences*) dan manfaat psikososial (*psychosocial consequences*). Manfaat fungsional adalah manfaat yang dirasakan konsumen secara fisiologis, contohnya apabila konsumen menggunakan asuransi syariah mereka akan mendapatkan perlindungan jika terjadi musibah seperti sakit. Manfaat psikologis adalah manfaat psikis dan sosial yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk; c) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Pengetahuan ini merupakan pengetahuan konsumen setelah mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan merasakan manfaat dari suatu produk tersebut baik itu positif maupun negatif. Produk akan memberikan kepuasan yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, jika konsumen menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar, dan produk bisa digunakan dengan benar oleh konsumen jika produsen mengedukasi konsumen terkait cara menggunakan produk yang dipasarkan dengan benar; d) Pengetahuan pembelian. Pengetahuan ini merupakan pengetahuan tentang informasi untuk memperoleh suatu produk. Kemudian konsumen akan menentukan di mana akan membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Sistematis perilaku konsumen dalam membeli suatu produk adalah *store contact* (mencari outlet, pergi ke outlet, & memasuki outlet), *product contact* (mencari lokasi produk, mengambil dan membawa produk ke kasir), *transaction* (membayar); e) Pengetahuan pemakaian, pengetahuan tersebut merupakan pengetahuan terkait informasi yang ada dalam ingatan konsumen terkait bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar produk tersebut bisa digunakan dengan benar.

W. S Winkel dalam Fahmi Gunawan menjelaskan bahwa minat merupakan kecenderungan menetap untuk merasa tertarik, senang dan berkecimpung dalam bidang tertentu, sedangkan Witherington berpendapat bahwa minat adalah kesadaran yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek, orang, soal, atau situasi tertentu yang ada sangkut paut dengan dirinya.¹² Sementara itu minat konsumen menurut Keller adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Sedangkan Mittal menemukan bahwa fungsi dari minat konsumen merupakan fungsi dari mutu produk dan mutu layanan.¹³ Jadi, minat merupakan situasi ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap sesuatu

¹² Fahmi Gunawan, *Senarai Penititan, Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, CV Budi Utama, 2012, hlm. 3.

¹³ Esthi Dwityanti, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*, 2018, hlm. 21.

dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.

Beberapa faktor yang mampu untuk mempengaruhi minat seseorang adalah pengetahuan, pengalaman dan informasi.¹⁴ Sedangkan untuk minat beli dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator yaitu:¹⁵ a) Minat transaksional, yakni kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang untuk membeli produk; b) Minat referensial, yakni kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain; c) Minat preferensial, yaitu yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki pilihan prioritas atau pilihan utama pada suatu produk; d) Minat eksploratif, yakni kecendrungan yang dimiliki oleh seseorang yang selalu mencari informasi terkait produk yang diminatinya.

III. Asuransi Syariah

Robert I. Mehr dalam Syakir Sula mendefenisikan asuransi sebagai sebuah alat atau jasa yang digunakan untuk mengurangi risiko dengan cara menggabungkan sejumlah unit-unit yang berisiko agar kerugian individu secara kolektif dapat diprediksi. Kerugian yang dapat diprediksi tersebut kemudian dibagi dan didistribusikan secara proporsional di antara semua unit-unit dalam gabungan tersebut. Kemudian Mark R Greener dalam Muhamad Syakir Sula mendefenisikan asuransi adalah institusi ekonomi yang mengurangi resiko dengan cara menggabungkan di bawah satu manajemen dan kelompok objek dalam suatu kondisi sehingga kerugian besar yang terjadi yang diderita oleh suatu kelompok yang tadi dapat diprediksi dalam lingkup yang lebih kecil. Sedangkan C Arthur Williams Jr. dan Richard M. Heins dalam Muhamad Syakir Sula melihat asuransi dari dua sudut pandang pertama adalah asuransi adalah perlindungan terhadap resiko finansial oleh penanggung. Sedangkan kedua adalah asuransi adalah alat yang mana risiko dua orang atau lebih atau perusahaan-perusahaan digabungkan melalui kontribusi premi yang pasti atau yang ditentukan sebagai dana yang dipakai untuk membayar klaim.¹⁶ Pemahaman terkait asuransi sebetulnya bisa dilihat dari berbagai sudut pandang, yaitu dari sudut pandang ekonomi, hukum, bisnis, sosial, ataupun berdasarkan pengertian matematik. Sehingga tidak ada satupun definisi yang bisa memenuhi masing-masing sudut pandang tersebut, karena asuransi merupakan bisnis unik, yang di dalamnya terdapat kelima aspek tersebut, yaitu aspek ekonomi, hukum, sosial, bisnis, dan aspek matematika.¹⁷

¹⁴ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian, Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, CV Budi Utama, 2012, hlm. 5.

¹⁵ Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen*, Diponegoro: Badan Penerbit Universitas, 2006.

¹⁶ Muhamad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Sistem Operasional*, Gema Insani, 2004, hlm. 26.

¹⁷ Muhamad Syakir Sula, hlm. 27.

Wahbah Az- Zuhaili, mendefinisikan asuransi syariah sebagai as- ta'min at- ta'awin yakni asuransi yang bersifat tolong menolong, maksudnya adalah kesepakatan yang terjadi pada beberapa orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang di antara mereka ditimpa musibah. Musibah itu dapat berupa kematian, kecelakaan sakit, kecurian, kebakaran, atau bentuk-bentuk kerugian lain. Secara tersirat makna at-ta'min at-ta'awuni dalam asuransi lebih menekankan kepada saling menanggung atau saling menjamin salah satu dari mereka jika ada yang tertimpa musibah, baik musibah kematian, kecelakaan, sakit, kecurian, kebakaran, maupun kerugian-kerugian lainnya. Sehingga prinsip at-ta'min at-ta'win dalam asuransi ini lebih tepatnya adalah takaful. Takaful dapat diartikan sebagai usaha saling menanggung atau saling menjamin. Saling menanggung atau saling menjamin ini dilakukan dilakukan oleh masing-masing individu sehingga individu yang satu menjamin penjamin/penanggung individu yang lain jika musibah datang menimpa, dengan cara setiap individu memberikan sumbangan finansial kebajikan (*tabarru'*).¹⁸

Sedangkan Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia menjelaskan bahwa asuransi syariah merupakan usaha untuk saling tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah.¹⁹ Sehingga dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa atau alat dengan sistem yang dijalankan sesuai dengan ajaran agama Islam.

Secara aplikatif asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional. Berikut ini merupakan ciri-ciri asuransi syariah yaitu : a) Akad asuransi syariah bersifat *tabarru'*, maksudnya sumbangan yang diberikan tidak boleh ditarik kembali. Jika tidak *tabarru'*, andil yang dibayarkan berupa tabungan yang akan diterima jika terjadi peristiwa, atau akan diambil jika akad berhenti sesuai dengan kesepakatan, dengan tidak kurang dan tidak lebih. Jika lebih, kelebihan itu adalah keuntungan hasil mudharabah bukan riba; b) Akad asuransi ini bukan muzlim yakni perjanjian yang wajib dilaksanakan bagi kedua belah pihak. Karena pihak anggota ketika memberikan sumbangan tidak bertujuan untuk mendapat imbalan, dan jika ada imbalan, imbalan tersebut diperoleh melalui izin yang diberikan oleh seluruh peserta asuransi atau pengurus yang ditunjuk bersama; c) Dalam asuransi syariah tidak ada pihak yang lebih kuat karena semua keputusan dan aturan-aturan diambil menurut izin kedua belah pihak seperti dalam asuransi takaful; d) Akad asuransi syariah bersih dari *maysir*, *gharar*, dan *riba*; e) Asuransi syariah bernuansa kekeluargaan yang kental.²⁰

¹⁸ Khoiril Anwar, *Asuransi Syariah Halal & Maslahat*, Penerbit Tiga Serangkai, 2007, hlm. 19.

¹⁹ M Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, hlm. 375.

²⁰ M Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah*, hlm. 375.

Perbedaan mendasar antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional adalah: a) Prinsip akad asuransi syariah tafakuli (tolong menolong). Nasabah yang satu menolong nasabah yang lain yang tengah mengalami kesulitan. Adapun akad asuransi konvensional bersifat tadabuli (jual beli diantara nasabah dan perusahaan); b) Dana yang terkumpul dari nasabah perusahaan asuransi syariah (premi) diinvestasikan berdasarkan syariah dengan sistem bagi hasil (*mudharabah*). Pada asuransi konvensional, investasi dana dilakukan pada sembarang sektor dengan sistem bunga; c) Premi yang terkumpul diperlakukan tetap sebagai dana milik nasabah. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya. Pada asuransi konvensional, premi menjadi milik perusahaan dan perusahaanlah yang memiliki otoritas penuh untuk menetapkan kebijakan pengelolaan dana tersebut; d) Apabila ada peserta yang terkena musibah, untuk pembayaran klaim nasabah dana diambilkan dari rekening tabarru' (dana sosial) seluruh peserta untuk keperluan tolong menolong. Dalam asuransi konvensional, dana pembayaran klaim diambil dari rekening perusahaan; e) Keuntungan investasi dibagi dua antara nasabah selaku pemilik dana dan perusahaan selaku pengelola, dengan prinsip bagi hasil. Dalam asuransi konvensional, keuntungan sepenuhnya menjadi milik perusahaan. Jika tidak ada klaim, nasabah tidak memperoleh apa-apa; f) Adanya Dewan Pengawas Syariah dalam perusahaan asuransi syariah yang merupakan suatu keharusan. Dewan ini berperan dalam mengawasi manajemen, produk serta kebijakan investasi agar senantiasa sejalan dengan syariat Islam. Adapun dalam asuransi konvensional, hal itu tidak mendapat perhatian.²¹

IV. Sumber Hukum Asuransi Syariah

Asuransi syariah dalam aktualisasinya mempunyai 2 sumber hukum, yaitu sumber hukum normatif dan sumber hukum positif. Sumber hukum normatif merupakan sumber hukum yang didasarkan pada ajaran dan hukum islam yaitu al-Qur'an, kemudian hadits yang merupakan perkataan, tindakan Nabi Muhammad saw, dan yang ketiga adalah Ijtihad (fatwa sahabat, ijma', qiyas, dan isthsan).

Sumber hukum positif yang menjadi landasan hukum asuransi syariah di Indonesia adalah sebagai berikut:²² a) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian; b) Undang-undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian; c) Keputusan Menteri Keuangan Nomor 426/KMK.06/2003 tentang perizinan usaha dan kelembagaan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi; d) Keputusan Menteri Keuangan Nomor 424/KMK.06/2003 tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi; e) Fatwa DSN Nomor 21/DSN-MUI/X/2002 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah; f)

²¹ Muhamad Syakir Sula, Hlm. 384-385.

²² Novi Puspitasari, *Manajemen Asuransi Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2015, Hlm. 10.

Fatwa DSN Nomor 22/DSN-MUI/X/2006 tentang Asuransi Haji; g) Fatwa DSN Nomor 51/DSN-MUI/III/2006 tentang Mudharabah Musyarakah pada Asuransi Syariah; h) Fatwa DSN Nomor 53/DSN-MUI/2006 tentang tabarru' pada Asuransi Syariah.

Asuransi syariah merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, asuransi tersebut berjalan sesuai dengan sistem syariat atau ajaran Islam. berikut ini merupakan beberapa landasan asuransi syariah :

a. Firman Allah tentang perintah mempersiapkan hari depan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ، وَاتَّقُوا اللَّهَ، إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (الحشر: 18)

*“Hai orang-orang yang beriman! bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Hasyr [59] 18)*²³

b. Firman Allah tentang prinsip-prinsip bermua'amalah, baik yang harus dilaksanakan maupun dihindarkan, antara lain:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ... (النساء: 58)

*“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah dengan adil...” (QS. An-Nisa [4]: 58).*²⁴

c. Firman Allah tentang perintah untuk saling tolong menolong dalam perbuatan positif antara lain:

وَتَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَىٰ الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (المائدة: 2)

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan 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)*²⁵

V. Minat Warga Pasir Putih terhadap Asuransi Syariah

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan langsung kuesioner yang telah disusun oleh peneliti, kuesioner tersebut kemudian dibagikan kepada responden untuk diisi oleh masing-masing responden. Pengumpulan data dilakukan dengan mengambil sampel responden sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik Slovin. Responden laki-laki dalam penelitian ini berjumlah 69 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 31 orang.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, CV Penerbit Diponegoro 2010, hlm. 545.

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, CV Penerbit Diponegoro 2010, hlm. 87.

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, CV Penerbit Diponegoro 2010, hlm. 506.

Sampel dalam penelitian ini mempunyai karakteristik usia yang berbeda-beda, yaitu dari usia remaja sampai dengan dewasa. Usia 18-27 tahun berjumlah 28 orang, sedangkan usia 28-37 tahun berjumlah 59 orang, usia 38-47 tahun berjumlah 11 orang dan usia 47 tahun berjumlah 2 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persentase responden yang berusia 28 tahun sampai 37 tahun dalam penelitian ini sebanyak 59 orang dengan persentase sebesar 59 persen, sehingga usia 28-37 tahun merupakan responden yang mendominasi dalam penelitian ini.

Karakteristik penghasilan responden dalam penelitian ini dimulai dari rentang Rp 1.500.000 sampai dengan Rp 3.500.000. Pendapatan perbulan sebagian responden adalah kurang dari Rp 1.500.000 yaitu sebanyak 10 orang atau 10%. Responden yang berpenghasilan perbulan antara Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 31 orang atau 31%. Selanjutnya penghasilan perbulan lebih dari Rp 2.500.000-3.500.000 adalah sebanyak 40 orang atau 40%. Pendapatan lebih dari 3.500.000 adalah 19 orang atau 19%.

Distribusi jawaban responden dibagi ke dalam 2 variabel yaitu variabel X dan Variabel Y. Variabel X merupakan pengetahuan dan variabel Y merupakan minat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Hasil pengujian validitas menggunakan bantuan program SPSS dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Uji Validitas Pengetahuan

Variabel	r Hitung	r Tabel	Nilai sig	Keputusan
X1	.560	0.1654	.000	Valid
x2	.531	0.1654	.000	Valid
x3	.692	0.1654	.000	Valid
x4	.666	0.1654	.000	Valid
x5	.711	0.1654	.000	Valid
x6	.711	0.1654	.000	Valid
x7	.709	0.1654	.000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa r hitung $>$ r tabel, maka semua item kuesioner pengetahuan valid.

Uji Validitas Minat

Variabel	r Hitung	r Tabel	Nilai sig	Keputusan
Y1	.524	0.1654	.000	Valid
Y2	.713	0.1654	.000	Valid
Y3	.481	0.1654	.000	Valid
Y4	.720	0.1654	.000	Valid

Y5	.525	0.1654	.000	Valid
----	------	--------	------	-------

Sumber: Data Primer yang diolah (2018)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa r hitung $>$ r tabel, maka semua item kuesioner pengetahuan valid.

Selanjutnya untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah instrument/indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel, apakah nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

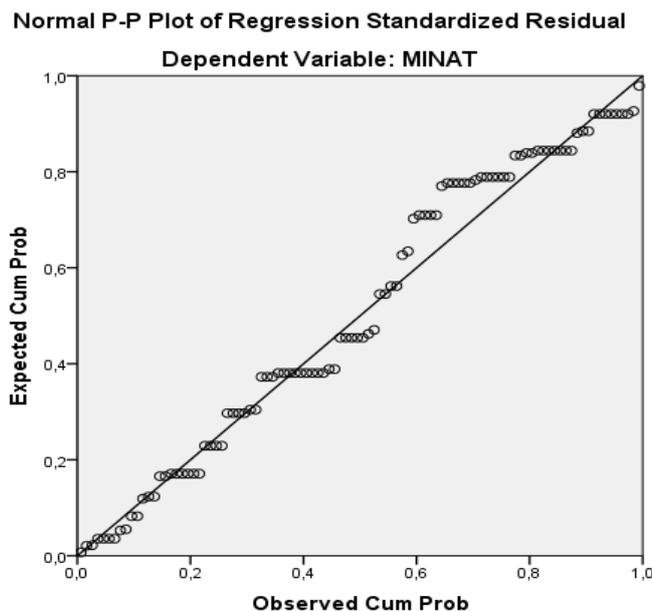
Hasil uji reliabilitas

Variable	<i>Cornbach's alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan	0,842	Reliabel
Minat	0,729	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah (2018)

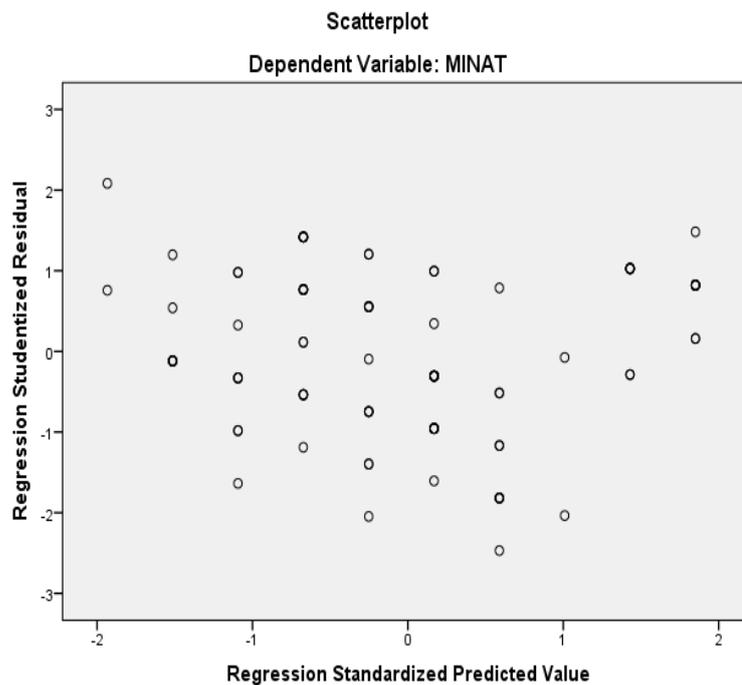
Berdasarkan tabel di atas, maka hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cornbach's alpha* semua variabel $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel pengetahuan dan minat dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Kemudian salah satu cara untuk melihat normalitas adalah dengan melihat grafik normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal, maka asumsi normal terpenuhi. *Uji normal robability plot* dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Kemudian uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksinambungan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ketentuan pengujian dengan menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel *dependen* yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Dari grafik scatterplot yang dihasilkan SPSS terlihat hampir semua titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas serta tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Pengujian hipotesis terhadap pengaruh pengetahuan (X) terhadap minat (Y) masyarakat berasuransi syariah kota jambi berdasarkan kepada analisis regresi sederhana dan koefisien regresi sederhana, kemudian juga dilakukan uji t dan juga koefisien determinasi. Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut merupakan hasil analisis data statistik dengan metode regresi sederhana menggunakan SPSS versi 20.0 : a) Nilai konstanta sebesar 11,472 menunjukkan bahwa apabila variabel Pengetahuan(X), adalah konstan (0) atau tidak mengalami kenaikan maka Minat akan naik sebesar 11,472; b) Nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan (X) terhadap Minat (Y) bernilai positif, hal ini menunjukkan

bahwa apabila terjadi peningkatan pengaruh Pengetahuan, maka tingkat Minat akan naik sebesar 0.322. koefisien diperoleh t_{hitung} variabel Pengetahuan (4,937) > t_{tabel} (1.661) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di Kel Pasir Putih Kota Jambi.

Kemudian uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana maka nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Variabel X mempunyai $t_{hitung} = 4,937$ dengan $t_{tabel} = 1.661$. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di Kel Pasir Putih Kota Jambi.

Selanjutnya adalah koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.²⁶ Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dibuat dengan menggunakan output spss versi 20.0 *model summary* yang dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh sebesar 0,199 atau 19,9% terhadap minat, sedangkan 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Pengetahuan, pengalaman dan informasi merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang atau kelompok untuk memilih suatu produk.²⁷ Hal tersebut sesuai dengan hasil pengujian hipotesis, yaitu variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah, Variabel X mempunyai $t_{hitung} = 4,937$ dengan $t_{tabel} = 1.661$. jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$.

²⁶ Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005, hlm. 125.

²⁷ Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian, Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, Budi Utama, 2012, hlm. 3.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah, maka hasil dari penelitian ini menunjukkan pengetahuan masyarakat sangat penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk berasuransi syariah. Berdasarkan *Model Summary* yang telah dijelaskan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh sebesar 0,199 atau 19,9% terhadap minat, sedangkan 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel pengetahuan dan minat, tidak pada variabel lainnya atau diluar dari variabel pengetahuan dan minat.

Beberapa hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan beberapa responden, seperti Zulkarnain yang menyatakan bahwa dia mengetahui terkait asuransi syariah dan beberapa produk yang ditawarkan asuransi syariah akan tetapi tidak memahami secara mendalam tentang asuransi syariah.²⁸ Sedangkan Reza tertarik menggunakan asuransi syariah akan tetapi dia masih ragu, hal tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman terkait asuransi syariah.²⁹ Kemudian Rudy menyatakan bahwa telah berasuransi syariah dikarenakan dia memahami akan produk asuransi syariah, akan tetapi sebelumnya dia menggunakan asuransi konvensional karena belum memahami asuransi syariah. Begitupun dengan Sapri yang juga menyatakan ketertarikan untuk menggunakan asuransi syariah akan tetapi dia masih ingin memahami tentang asuransi syariah dan ingin mencari informasi lebih dalam lagi tentang asuransi syariah agar tidak ada keraguan lagi untuk memilih asuransi syariah.³⁰ Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan sangat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan suatu jasa. Seperti masyarakat kelurahan Pasir Putih yang telah berasuransi syariah karena telah mengetahui terkait asuransi tersebut, sedangkan yang tidak mengetahui masih menggunakan asuransi konvensional.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti maka gambaran tingkat minat transaksional, minat preferensial dan minat eksploratif adalah sebagai berikut: a) Minat transaksional, dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 78 orang, yang menjawab setuju sebanyak 21 orang dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang, dari hasil kuesioner tersebut dapat digambarkan tingkat minat masyarakat untuk bertransaksi atau untuk menggunakan asuransi syariah bisa dibilang baik dikarenakan jawaban responden dominan sangat setuju; b) Minat preferensial, dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 37 orang, yang menjawab setuju 51 orang dan yang menjawab netral sebanyak 12 orang dari hasil kuesioner tersebut dapat digambarkan rendah preferensi masyarakat terhadap asuransi syariah, dapat

²⁸ Wawancara Zulkarnain Masyarakat Pasir Putih, RT 11.

²⁹ Wawancara Reza Masyarakat Pasir Putih, RT 9.

³⁰ Wawancara Sapri Masyarakat Pasir Putih, RT 11.

kita lihat berdasarkan dari hasil jawaban kuesioner yang menjawab sangat setuju hanya 37 orang dan dapat kita lihat tingkat pengetahuan masyarakat terhadap minat prefrensial masih dibidang cukup baik. Dan ini bisa dikarenakan rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah sehingga masyarakat masih ragu untuk menjadikan asuransi syariah sebagai pilihan utamanya; c) Minat eksploratif, dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa responden yang menjawab sangat setuju 51 orang, yang menjawab setuju 47 orang dan yang menjawab netral 2 orang, dari hasil tersebut dapat kita simpulkan bahwa rendahnya minat masyarakat untuk mencari tahu informasi terhadap asuransi syariah dan membuat kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap asuransi syariah, pihak asuransi syariah harus lebih agresif melakukan lebih banyak sosialisasi kepada masyarakat karena kurangnya minat masyarakat untuk mencari informasi tentang asuransi syariah dan menyebabkan kurangnya pengetahuan terhadap asuransi syariah.

VI. Penutup

Ketertarikan seseorang terhadap suatu produk atau jasa salah satunya dikarenakan pengetahuan seseorang terhadap produk atau jasa tersebut. Hal tersebut sesuai dengan teori yang telah disampaikan sebelumnya bahwa faktor yang mempengaruhi minat adalah pengetahuan. Teori tersebut sesuai dengan uji statistik secara persial bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap minat dibuktikan dari $t_{hitung} 4,937 > t_{tabel} 1,661$. Dapat kita lihat pada hasil t_{hitung} pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat dikarenakan berdasarkan hasil uji SPSS hasil dari kuesioner t_{hitung} memiliki nilai lebih besar dari pada t_{tabel} . Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan seseorang sangat penting untuk meningkatkan minat seseorang untuk memilih suatu produk, karna pengetahuan mencakup segala hal yang diketahui seseorang. Serta pengujian hipotesis dengan teknik koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh sebesar 0,199 atau 19,9% terhadap minat, sedangkan 80,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Pengetahuan berpengaruh terhadap Minat masyarakat berasuransi syariah. Hal ini dapat dilihat besarnya pengaruh pengetahuan terhadap minat, terlihat semua nilai *coefficients* yang jauh lebih besar daripada standar yang ditentukan dengan tingkat probabilitas rata-rata $0,000 < 0,05$.

Bibliografi

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Semarang: Penerbit Diponegoro, 2010.
- Donny Herdianto, *Creative Selling Everyday*, Jakarta: Gramedia, 2016.
- Esthi Dwityanti, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*, 2018.
- Fahmi Gunawan, *Senarai Penelitian, Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, Budi Utama, 2012.
- Fatwa-Fatwa Dewan Syari'ah Nasional MUI, Edisi revisi, 2006.
- Fauziah Indahyani, *Pengaruh Aspek Pengetahuan Guru dan Aspek Bullying Terhadap Pengetahuan Tentang Bullying*, 2018.
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syari'a di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Khoiril Anwar, *Asuransi Syariah Halal & Maslahat*, Bandung: Tiga Serangkai, 2007.
- Loren Bagus, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia, 1996.
- M Nur Rianto, *Pengantar Ekonomi Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Muhamad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep Sistem Operasional*, Gema Insani, 2004.
- Novi Puspitasari, *Manajemen Asuransi Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2015,
- Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005.
- TribunJambi10juni2017,<http://jambi.tribunnews.com/2017/06/10/semester-i-kontribusi-asuransi-syariah-tumbuh-20-persen>.
- Veithzal Rivai, Andria Permata Veitzal, & Ferry, *Bank and Finacial Institution*.
- Widyal Lestari, *Pengaruh Pelayanan, Promosi, dan Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah*.