

Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Asuransi Prudential Ponorogo

Eka Nursafitri

Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, IAIN Ponorogo, Indonesia

nursafitrie128@gmail.com

Husna Ni'matul Ulya

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, IAIN Ponorogo, Indonesia

husna@iainponorogo.ac.id

Received: 14 November 2021, Accepted: 15 November 2021, Published: 29 November 2021

ABSTRACT

This is evidenced by the data found in the field, precisely in Ngrayun Village, Ngrayun District. The community in Ngrayun Village, Ngrayun District generally already knows Prudential Insurance, but regarding their decision to join Prudential Syariah Insurance customers, they are still considering various things, either due to economic factors, cultural or customary factors in the location, reference group factors, and social factors. This study aims: 1) to find out how the development of prudential sharia insurance in Ponorogo. 2) to find out the resistance factors of the Ngrayun Village Community to become Ponorogo prudential insurance customers. This type of research is a type of field research (field research) and uses a qualitative approach. Data collection techniques used in this study are interviews (interviews) and documentation. The results of this study: 1) The development of Prudential Sharia Insurance in Ponorogo has experienced ups and downs. Especially in Ngrayun Village, Ngrayun District, the development of prudential sharia insurance is quite difficult because of various factors that influence people's decisions to join as customers. 2) Existing factors based on the results of interviews with consumers who have received socialization or offers from prudential sharia insurance agents in Ngrayun Village, Ngrayun District arise interrelated factors, both from cultural and sub-cultural factors, occupation, age, reference groups and family, as well as location. Of the several factors that have been mentioned above, these factors are closely related to the consumer's decision to become a customer.

Keyword: *Sharia Insurance, Resistance Factors, Decision to become a customer*

ABSTRAK

Hal ini dibuktikan dengan data yang ditemukan di lapangan, tepatnya di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun. Masyarakat di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun umumnya sudah mengetahui Asuransi Prudential, namun mengenai keputusannya untuk bergabung menjadi nasabah Asuransi Prudential Syariah masih mempertimbangkan berbagai hal, baik karena faktor ekonomi, faktor budaya atau adat di lokasi, faktor kelompok acuan, dan faktor sosial. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui bagaimana perkembangan asuransi syariah prudential di Ponorogo. 2) untuk mengetahui faktor resistensi Masyarakat Desa Ngrayun untuk menjadi nasabah asuransi prudential Ponorogo. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (field research) dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara (interview) dan dokumentasi. Hasil penelitian ini: 1) Perkembangan Asuransi Syariah Prudential di Ponorogo mengalami pasang surut. Khusus di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun pengembangan asuransi syariah prudential cukup sulit karena berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bergabung sebagai nasabah. 2) Faktor yang ada berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen yang pernah mendapatkan sosialisasi atau penawaran dari agen asuransi syariah prudential di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun muncul faktor yang saling berkaitan, baik dari faktor budaya dan sub budaya, pekerjaan, umur, kelompok referensi dan keluarga, serta lokasi. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan di atas, faktor-faktor tersebut berkaitan erat dengan keputusan konsumen untuk menjadi pelanggan.

Kata Kunci: Asuransi Syariah, Faktor Resistansi, Keputusan menjadi nasabah

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan salah satu cara pembayaran ganti rugi kepada pihak yang mengalami musibah, yang dananya diambil dari iuran premi seluruh peserta asuransi (Abdul Aziz 2010). Asuransi merupakan premi yang mampu memberikan ketenangan dan kenyamanan dalam menjalani hidup dan kehidupan yang penuh resiko. Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam. Ponorogo sendiri termasuk dalam Kabupaten yang masyarakatnya sebagian besar beragama Islam. Pihak jasa Asuransi Prudential ini sudah menawarkan berbagai produk yang dimilikinya kepada konsumen yang beragama Islam namun, masih kurangnya kesadaran mereka akan Asuransi Syariah sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan keuangan Syariah khususnya Kabupaten Ponorogo terhitung sejak masa pandemi saat ini. Hal ini dibuktikan dengan data yang ditemukan di lapangan, tepatnya di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun. Masyarakat di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun ini pada umumnya telah mengetahui Asuransi Prudential, tetapi berkaitan dengan keputusannya untuk bergabung menjadi nasabah Asuransi Syariah Prudential, mereka masih mempertimbangkan berbagai hal, baik karena faktor ekonomi, faktor kebudayaan atau adat di lokasi tersebut, faktor kelompok referensi, dan faktor sosial. Dilihat dari hasil wawancara kepada responden yaitu bapak Heri menyatakan bahwa beliau sudah mengetahui asuransi syariah akan tetapi secara umumnya saja beliau juga mempertimbangkan lagi akan ikut asuransi dikarenakan penghasilan yang pas-pasan beliau juga ragu akan berita-berita buruk yg sudah beredar tersebut (Hirarto et al., 2021).

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

disini masih banyak yang berinisiatif untuk mau belajar, mau diberikan sosialisasi tentang asuransi khususnya Asuransi Syariah Prudential. Mereka tau bahwa asuransi mempunyai banyak manfaat yang memberikan keuntungan kepada nasabahnya (Solekha et al., 2021).

Segala sesuatu yang ditawarkan perusahaan atau agen kepada konsumen pasti yang dibutuhkan konsumen adalah produk yang sesuai keinginan dan produk yang memenuhi kebutuhan konsumen. Dikatakan sebagai produk yang bernilai jika produk tersebut bermanfaat dan produk yang memberikan kepuasan kepada konsumen karena konsumen adalah pemakainya (Zulian, 2001). Selain berfokus pada pengembangan dan peningkatan produk asuransi syariah harus mengadakan sosialisasi terhadap produk yang dimilikinya agar konsumen dapat mengerti dan memahami produk apa yang akan diambil demi memenuhi kebutuhannya untuk meminimalisir resiko yang terjadi sewaktu-waktu. Keputusan konsumen tergantung oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhinya dalam menggunakan asuransi syariah antara lain yaitu faktor kebudayaan (faktor budaya, faktor sub budaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peranan dan status sosial konsumen) dan faktor pribadi (umur, pekerjaan dan lingkungan hidup dan gaya hidup). Disamping terdapat faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terdapat juga berbagai indikator yang juga sangat berpengaruh yaitu berhubungan dengan toko (*Store contact*), mencari produk, dan Transaksi. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pipit Oktaviani (2020) yang meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah.

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

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana Perkembangan Produk Asuransi Syariah Prudential Ponorogo? 2. Apa Saja Faktor-Faktor Resistansi Masyarakat Desa Ngrayun Menjadi Nasabah Asuransi Syariah Di Prudential Ponorogo?

METODE

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Moleong, 2005). Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, setelah data terkumpul maka selanjutnya pengelolaan data dengan beberapa cara seperti *editing*, sistematika data, dan penemuan hasil. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis Miles dan Huberman (1994), terdiri dari tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu reduksi data (*data reduction*), paparan data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*).

penelitian ini dilaksanakan di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun, Kabupaten Ponorogo. Pemilihan wilayah ini dikarenakan letak lokasi yang berada di pedesaan dengan keterbatasan akses dan pengetahuan terkait asuransi yang menimbulkan rendahnya keikutsertaan masyarakat desa dalam asuransi syariah. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian karena ingin mengetahui bagaimana perkembangan

produk asuransi prudential Ponorogo dan apa saja faktor-faktor resistansi masyarakat Desa Ngrayun terhadap keputusan menjadi nasabah Asuransi Prudential Ponorogo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama, Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh sebagian konsumen mengetahui produk-rodruk yang dimiliki asuransi syariah Prudential Yaitu memilih produk asuransi syariah kesehatan yang memiliki keuntungan, produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi syariah dengan pembayaran kontribusi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah. Di samping mendapatkan potensi hasil investasi, produk ini juga akan memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap risiko kematian atau risiko menderita cacat total dan tetap (Ayu et al., 2021).

Kualitas Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Miftakhuddin et al., 2021). Kualitas produk yang dihasilkan perusahaan harus diperhatikan agar laku dijual sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian. Di pasar produk akan diperhatikan, dibeli, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen. Produk yang dibeli oleh konsumen adalah tentu produk yang menarik selera konsumen, terutama untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk yang dihasilkan suatu perusahaan dapat terdiri dari tiga komponen, yaitu barang (*goods*), jasa (*services*) dan ide (*ideas*) (Kotler 2012).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di Desa Ngrayun ditemukan bahwa masyarakat di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun telah memperoleh sosialisasi dari agen Asuransi Syariah Prudential hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan pada berbagai konsumen yang merupakan masyarakat wilayah Desa Ngrayun, mereka mengatakan bahwa sudah dilakukan sosialisasi atau tawaran namun tidak secara berkala, sehingga pengetahuan yang mereka dapatkan tentang Asuransi ini masih sangat minim yang berdampak pada Keputusan konsumen untuk bergabung menjadi Nasabah (Marom et al., 2021). Dari hasil wawancara yang telah diperoleh 3 indikator tentang Keputusan konsumen belum terpenuhi yaitu pada bagian transaksi. Kemudahan untuk bertransaksi yang mereka perlukan belum didapatkan karena pihak agen yang belum melakukan sosialisasi secara berkala dan memberikan penjelasan secara detail (Safitri, 2020).



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

Paparan data tersebut menunjukkan perkembangan asuransi syariah prudential ponorogo selama tiga tahun terakhir. Data penjualan pada tahun 2019 ke 2020 mengalami peningkatan yang cukup baik dengan jumlah polis yang terjual sebelumnya sebesar 344 polis menjadi 517 polis di tahun 2020. Tetapi di tahun 2021, data penjualan polis mengalami penurunan cukup drastis. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang masing-masing faktor merupakan hal yang saling berhubungan. Terutama di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun, terdapat faktor lain yang mempengaruhi perkembangan asuransi di lokasi tersebut (Rozaidin & Adinugraha, 2020).

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

- 1) Faktor budaya dan sub budaya, Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang menjadi nasabah yaitu faktor budaya. Budaya digunakan dalam suatu studi pemasaran terutama dalam perilaku konsumen. Selain itu, budaya juga merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang (jemes F.engel, roger D. blackwell miniard 1994). Sedangkan sub budaya merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang menjadi nasabah dengan lingkup yang lebih kecil atau kelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Budaya dan sub budaya merupakan 2 hal yang saling berkaitan.

Kebudayaan yang terbentuk di Desa Ngrayun yaitu sistem menabung yang dikelola oleh lingkungan dan desa atau menggunakan arisan. Hal ini mempengaruhi seseorang untuk menentukan keputusannya menggunakan jasa asuransi sebagai rencana cadangan perihal keuangan di masa depan. Berdasarkan penjabaran dari permasalahan yang ada faktor budaya ini dapat diminimalisir jika calon konsumen memiliki pengetahuan yang cukup tentang asuransi. Hal ini sesuai dengan penelitian Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (2011), yang menyimpulkan bahwa budaya dengan nilai t hitung $<$ t tabel (1,673 0,05 yang berarti bahwa budaya tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah (Antin Yualifah 2011).

- 2) Kelompok referensi dan keluarga, Kelompok referensi merupakan kumpulan orang yang memiliki pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang (Philip Kotler, Kevin Lane Keller 2002). Kelompok referensi sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah memiliki fungsi yaitu sebagai perbandingan dan sumber informasi bagi seseorang yang akan melakukan pembelian produk atau jasa yang dapat memberikan perspektif berharga dalam memahami pengaruh orang lain terhadap kepercayaan, nilai, dan perilaku seseorang (schiffman 2004). Dalam kelompok referensi, terdapat beberapa bagian yang turut berperan aktif, diantaranya keluarga, teman, kerabat, dan tetangga. Keluarga merupakan organisasi pembelian seseorang yang paling penting dalam masyarakat dan telah diteliti secara ekstensif. Dan bagi seorang individu keluarga merupakan kelompok referensi yang paling berpengaruh (Vinna Sri Yuniarti 2015).

Dari hasil analisa tentang kelompok referensi tersebut dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah. Kelompok referensi disini secara langsung dan tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk bergabung

menjadi nasabah di Asuransi syariah prudential ponorogo. Pengaruh ini dapat berupa pengaruh yang positif ataupun yang negatif. Dikatakan positif jika kelompok referensi ini dapat membantu agen-agen mempromosikan produk dari asuransi ini. Dikatakan negatif jika kelompok referensi ini dapat menurunkan keputusan konsumen menjadi nasabah diasuransi prudential ini. Hal ini sejalan dengan penelitian bahwa kelompok referensi ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan oleh nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga R.O Utamy Agency Yogyakarta. Yang memperoleh hasil yaitu kelompok referensi dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mempromosikan produk-produknya namun, dari sisi konsumen kelompok referensi dapat menjadi acuan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk (Fahmirianda Ramadhan 2013).

Berdasarkan pemaparan dari permasalahan yang ada solusi yang dimiliki yaitu seseorang harus memiliki kemauan ingin tau atau memiliki kesadaran untuk belajar tentang produk atau manfaat yang ada di Asuransi Syariah Prudential Ponorogo. Dikatakan demikian karena kelompok referensi ini mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi konsumen untuk bergabung menjadi nasabah. Faktor kelas referensi ini bisa juga menjadi dorongan negatife atau dorongan positif untuk bergabung atau tidak. Oleh karena itu, keputusan pembelian yang menyangkut faktor kelompok referensi ini bergantung pada pendirian konsumen baik untuk mengikuti ataupun menolak (H. H. et al Adinugraha, 2021).

- 3) Faktor Pekerjaan, Pekerjaan adalah aktivitas utama yang dilakukan oleh manusia. Dalam arti sempit, istilah Pekerjaan adalah sesuatu yang dilakukan oleh manusia untuk tujuan tertentu yang dilakukan dengan cara yang baik dan benar. Manusia perlu bekerja untuk mempertahankan hidupnya. Dengan bekerja seseorang akan mendapatkan uang. Uang yang diperoleh dari hasil bekerja tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh sebab itu, uang tersebut harus berasal dari hasil kerja yang halal. Bekerja yang halal adalah bekerja dengan cara-cara yang baik dan benar. Sebagian konsumen dengan ekonomi atau pekerjaan yang pas-pas an untuk mencukupi kebutuhan yang ada didalam keluarganya sebagian besar mempertimbangkan kembali dalam memutuskan bergabung dengan asuransi atau tidak. Pengertian pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung (Utami, 2015).

Semakin besar pendapatan yang diperoleh individu mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan untuk membeli. Dari hasil analisa tentang pekerjaan tersebut dapat disimpulkan bahwa pekerjaan konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah. Pendapatan yang diperoleh dari suatu pekerjaan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin rendah pendapatan maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hubungan yang wujud merupakan hubungan berbanding lurus, sehingga jika terdapat kenaikan pendapatan, maka hal ini mengakibatkan permintaan bergabung menjadi konsumen akan lebih baik bahkan meningkat. Besar kecilnya

pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang. Semakin tinggi pendapatan semakin beragam pula keinginan konsumen (H. H. Adinugraha, 2013).

- 4) Faktor Umur, Selera orang terhadap produk berkaitan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga (mulai bujangan, mencari pasangan hidup, menikah lalu memiliki anak). Meskipun demikian, saat ini pemasar juga semakin banyak mengantarkan produk untuk sejumlah tahap lainnya seperti pasangan yang belum menikah, bujangan yang akan menikah, pasangan tanpa anak, pasangan sesama jenis, orang tua tunggal, orang tua lanjut dan lain (Sholehuddin et al., 2021).

Berdasarkan paparan data tersebut diatas, dapat disimpulkan bahwa usia merupakan hal obyektif sebagai faktor dalam menentukan keputusan bergabung menjadi nasabah. Seseorang dapat mempertimbangkan dengan usia produktif memerlukan asuransi karena jangka panjang bagi anak-anaknya nanti. Tetapi dengan kelompok usia yang sama dengan orang yang berbeda, merasa asuransi tidak diperlukan karena memiliki sumber dana cadangan yang dapat digunakannya di masa mendatang (Riyadi & Adinugraha, 2021).

- 5) Faktor lokasi, Dari hasil analisa tentang lokasi tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah Desa Ngrayun merupakan salah satu Desa yang terletak di perbatasan bagian selatan Kabupaten Ponorogo. Terbatasnya akses untuk ke pusat kota, menyebabkan warganya mini informasi terkait hal-hal tertentu, dalam hal ini merupakan Asuransi Syariah. Agen yang melakukan kunjungan di Desa Ngrayun turut membenarkan bahwa promosi yang diberikan oleh Asuransi Syariah yang dilakukan di Desa Ngrayun cukup terbatas karena lokasinya berada di Pedesaan. 5) Faktor Lokasi, Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada 5 responden di Desa Ngrayun, Kecamatan Ngrayun, diperoleh hasil bahwa mereka mengetahui adanya Asuransi Syariah Prudential. Hal ini didapatkan karena adanya sosialisasi oleh agen Asuransi Syariah Prudential. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan hasil bahwa ada responden mengeluh tentang lokasi yang jauh untuk diakses karena tempat tinggalnya di Desa terpencil jauh dari perkotaan dan belum adanya kemudahan bertransaksi yang diperoleh dari Asuransi Syariah Prudential (Dwi et al., 2021).

Pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Pertama, karena keputusan lokasi mempunyai dampak yang permanen dan jangka panjang, apakah lokasi tersebut telah dibeli atau hanya disewa (Rani Yuliana 2017). Kedua, lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan usaha di masa mendatang. Lokasi yang dipilih haruslah mampu mengalami pertumbuhan ekonomi sehingga usahanya dapat bertahan. Dan yang terakhir, apabila nilai lokasi memburuk akibat perubahan lingkungan yang dapat terjadi setiap waktu, mungkin saja usaha tersebut harus dipindahkan atau ditutup. Suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen (Marno Nugroho 2009). Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampu labaan sebuah usaha. Disamping itu, keputusan pembelian suatu lokasi juga mencerminkan komitmen jangka panjang, perusahaan dalam hal keuangan, karena merubah lokasi yang buruk kadangkala sulit dilakukan dan sangat mahal.

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, dan lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategi. Lokasi berarti berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi (Puspa 2017).

Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut: (1) Akses yaitu kemudahan untuk menjangkau. Misalnya, lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum, (2) Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal, (3) Lalu-lintas menyangkut dua pertimbangan utama berikut: (a) Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying, yaitu keputusan pembeli yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus, (b) Kepadatan dan kemacetan lalu-lintas bias pula menjadi hambatan, (4) Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan (Sartika, 2018).

Dari hasil analisa tentang lokasi tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi konsumen memberikan pengaruh terhadap keputusan seseorang untuk bergabung menjadi nasabah asuransi syariah Desa Ngrayun merupakan salah satu Desa yang terletak di perbatasan bagian selatan Kabupaten Ponorogo. Terbatasnya akses untuk ke pusat Kota, menyebabkan warganya mini informasi terkait hal-hal tertentu, dalam hal ini merupakan Asuransi Syariah. Agen yang melakukan kunjungan di Desa Ngrayun turut membenarkan bahwa promosi yang diberikan oleh Asuransi Syariah yang dilakukan di Desa Ngrayun cukup terbatas karena lokasinya berada di Pedesaan (H. H. Adinugraha & Sartika, 2020).

SIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diperoleh perkembangan Asuransi Syariah Prudential di Ponorogo mengalami naik dan turun, tetapi dalam kurun waktu terakhir mengalami penurunan. Khususnya di Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun, perkembangan asuransi syariah prudential cukup sulit karena berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk bergabung menjadi nasabah. Pihak agen asuransi syariah prudential kemudian menentukan solusi-solusi yang dapat diterapkan di wilayah pedesaan khususnya Desa Ngrayun Kecamatan Ngrayun.

Berdasarkan keseluruhan faktor-faktor yang ada timbul saling berhubungan antar faktor, baik dari faktor budaya dan sub budaya, pekerjaan, umur, kelompok referensi dan keluarga, serta lokasi. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan diatas faktor-faktor tersebut sangatlah berhubungan dengan keputusan konsumen menjadi nasabah. Dikatakan demikian karena masyarakat Desa Ngrayun sebelum diberikan sosialisasi terkait asuransi syariah prudential, telah memiliki sistem tabungan yang digunakan sebagai dana cadangan. Hal tersebut berhubungan dengan letak lokasinya di pedesaan yang jauh dari kota sehingga tabungan tersebut sebagai pengganti dana cadangan yang diterapkan asuransi. Pendapatan sebagai warga desa juga berpengaruh terhadap keputusannya memiliki asuransi.

Bagi pihak Asuransi Prudential Ponorogo, Diharapkan pihak asuransi prudential ponorogo supaya lebih bisa memberikan penjelasan kepada calon nasabah mengenai

manfaat asuransi maupun produk-produk asuransi dengan benar sehingga konsumen dapat memahami dengan benar asuransi. Perlu ditingkatkan upaya sosialisasi berupa media cetak maupun media elektronik. Dan semoga dengan adanya penelitian ini menjadi evaluasi bagi pemasaran dan dapat menumbuhkan minat konsumen terhadap asuransi prudential. Untuk peneliti selanjutnya, untuk dapat menambah variabel dalam penelitian, menambah wawasan, dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Adinugraha, H. H. et al. (2021). *Factors Affecting Health Worker Performance : A Management Evidence from Midwife Sharia Hospital X in Central Java Indonesia before the*. 7(3), 13–23.
- Adinugraha, H. H. (2013). The Economic of Umar Bin Khattāb Policy in Modern Economic Policy. *The First International Conference on Law, Business and Government*, 83–89.
- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2020). *Perbankan Syariah Fenomena Terkini Dan Praktiknya Di Indonesia*. PT. NEM.
- Anissa Budi Utami *Pengaruh Harga, Pendapatan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'kranji Residence Tahap li Bekasi Barat* . 2015.
- Ayu, S., Nina, T., & Pratama, V. Y. (2021). Analisis Motivasi Pinjaman Nasabah Pada Rentenir Berdasarkan Prinsip Pembiayaan Syariah. *Velocity*, 1(1), 1–9.
- Dwi, N., Panjaitan, F., Syariah, E., Devy, H. S., & Syariah, E. (2021). Pengaruh Pendapatan Premi , Klaim , Invetasi dan Biaya Operasional terhadap Pertumbuhan Aset Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah di Indonesia. *Velocity*, 1(1), 35–43.
- Efendi Usman, *Psikologi Konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Hartono, B. S. (2021). Human Resources Development Strategy In Baitul Mal Watamwil An-Najah , Pekalongan District. *Velocity*, 1(1), 26–34.
- Hirarto, A. A., Nuswantoro, U. D., Sartika, M., & Nuswantoro, U. D. (2021). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Perbankan : Studi pada PT . Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Batang*. 1(1), 10–25.
- Juni Priansa Donni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- J. Moleong Lexy, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- J. Stanton William, *Prinsip Pemasaran, ter. Yohanes Lamarto*, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana, *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2016.
- Kotler Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* Jakarta: Erlangga, 2002.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta: Erlangga, 2002.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* Jakarta: Erlangga, 2002.
- Marom, K., Tamamudin, T., & Adinugraha, H. H. (2021). Hope Family Program for Muslim Society Welfare: Evidance From Hope Family West Pekalongan Regency. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaPe)*, 5(1), 54–69. <https://doi.org/10.52490/jeskape.v5i1.1137>
- Miftakhuddin, M., Lestari, K. T., Aniroh, A., & Adinugraha, H. H. (2021). *PENDAYAGUNAAN*

WAKAF DI TENGAH PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF MAQASHID AL-SYARIAH. 10(1), 76–90.

- Nugroho Marno. *Peningkatan Loyalitas Melalui Lokasi Dan Keanekaragaman Barang*. 2009.
- Riyadi, A., & Adinugraha, H. H. (2021). The Islamic Counseling Construction in Da'wah Science Structure. *Journal of Advanced Guidance and Counseling*, 2(1), 11–38. <https://doi.org/10.21580/jagc.2021.2.1.6543>
- Roger D. Blackwell, Miniard James F. Engel, *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1, terj.F.X Budiyanto* Jakarta: Binarupa Aksara, 1994.
- Rozaidin, M., & Adinugraha, H. H. (2020). Penerapan Akuntansi Pondok Pesantren (Studi pada Koperasi Pondok Pesantren Al Hasyimi Kabupaten Pekalongan). *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3716>
- Safitri, E. M. (2020). Analisis Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan pada UMKM. *Jurnal Akutansi Dan Audit Syariah*, 1(1).
- Sartika, M. (2018). Kajian Praktik Budaya Religi di Desa Nyatnyono. *International Journal Ihya' Ulum Al-Din*, 20(1), 109–128.
- Sholehuddin, M. S., Munjin, M., & Adinugraha, H. H. (2021). Islamic Tradition and Religious Culture in Halal Tourism: Empirical Evidence from Indonesia. *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 19(1). <https://doi.org/10.24090/ibda.v19i1.4470>
- Solekha, Y. A., Syariah, J. A., Ekonomi, F., Pekalongan, I., Syariah, J. A., & Ekonomi, F. (2021). Baitul Maal Wa Tamwil Sebagai Lembaga Keuangan Mikro Syariah Pemberdaya Ekonomi Umat (Konsep Dan Teori). *Velocity*, 1(1), 44–58.
- Sri Yuniarti Vinna, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik* Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sumarwan Ujang, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2011.
- Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Ekonosia*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2001.
- Yuliana Rina. *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. 2017.