

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM BERWAKAF
MELALUI ASURANSI SYARIAH
(STUDI PENELITIAN PADA PERUSAHAAN ASURANSI
SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH)**



**JAMALUDDIN
NIM. 30183731**

**Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
untuk Mendapatkan Gelar Magister
dalam Program Studi Ekonomi Syariah**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM BERWAKAF MELALUI
ASURANSI SYARIAH
(STUDI PENELITIAN PADA PERUSAHAAN ASURANSI
SYARIAH DI BANDA ACEH)**

JAMALUDDIN

NIM. 30183731

Program Studi Ekonomi Syariah

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk diujikan dalam
ujian Tesis

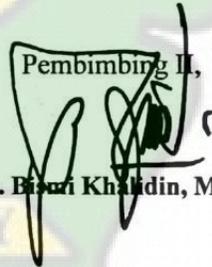
Menyetujui

Pembimbing I,

→

Israk Ahmadsyah, B.Ec, M.Ec, M.Sc, Ph.D Dr. Bismi Khalidin, M.Si

Pembimbing II,



LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT DALAM BERWAKAF MELALUI
ASURANSI SYARIAH
(STUDI PENELITIAN PADA PERUSAHAAN ASURANSI
SYARIAH DI BANDA ACEH)**

JAMALUDDIN

NIM. 30183731

Program Studi Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh

Tanggal: 21 Juni 2022 M

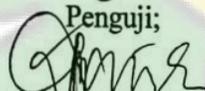
21 Dzulqa'dah 1443 H

TIM PENGUJI

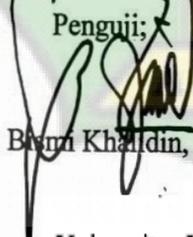
Ketua;


Dr. Armiadi Musa, MA

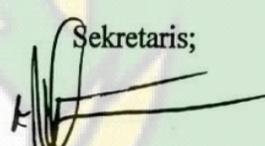
Penguji;


Dr. Muhammad Maulana, MA

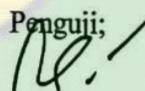
Penguji;


Dr. Basmi Khalidin, M.Si

Sekretaris;


Suherman, SIP., M.Ec

Penguji;


Dr. Muhammad Zuhilmi, MA

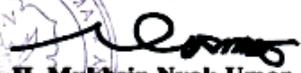
Penguji;

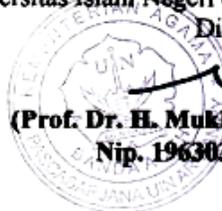

Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., Ph.D

Pascasarjana

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Direktur,


(Prof. Dr. H. Mukhsin Nyak Umar, MA)
Nip. 196303251990031005



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Jamaluddin
Tempat, Tanggal Lahir : Kuala Simpang / 05 Juli 1974
Nomor Mahasiswa : 30183731
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa **tesis** ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam **tesis** ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 20 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Jamaluddin
NIM. 30183731

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawahnya)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	DH	De dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan Ye
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dibawahnya)

ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik dibawahnya)
ظ	Za'	Ẓ	Zet (dengan titik dibawahnya)
ع	'Ain	'-	Koma terbalik diatasnya
غ	Ghain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'-	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan W dan Y

Waḍ'	وضع
'iwaḍ	عوض
dalw	دلو
yad	يد
ḥiyal	حيل
ṭahi	طهي

3. Mād dilambangkan dengan ā, ī, dan ū. Contoh:

ūlā	أولى
ṣūrah	صورة
dhū	ذو
Īmān	إيمان
Fī	في
kitāb	كتاب
siḥāb	سحاب
Jumān	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan aw dan ay. Contoh:

awj	اوج
nawm	نوم
law	لو
aysar	أيسر
syaykh	شيخ
‘aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

Fa'alū	فعلوا
Ulā'ika	أولئك
ūqiyah	أوقية

6. Penulidan *alif maqṣūrah* (ى) yang diawali dengan baris fathah (◌َ) ditulis dengan lambang á. Contoh:

ḥattá	حتى
maḍá	مضى
kubrá	كبرى
Muṣṭafá	مصطفى

7. Penulisan *alif manqūṣah* (ى) yang diawali dengan baris kasrah (◌ِ) ditulis dengan *ī*, bukan *īy*. Contoh:

Raḍī al-Dīn	رضي الدين
al-Miṣrī	المصري

8. Penulisan *ṣ* (tā' marbūṭah)

Bentuk penulisan *ṣ* (tā' marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. Apabila *ṣ* (tā' marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan ◦ (hā). Contoh:

ṣalāh	صلاة
-------	------

- b. Apabila *ṣ* (tā' marbūṭah) terdapat dalam dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*ṣifat mawṣūf*), dilambangkan dengan ◦ (hā). Contoh:

al-Risālah al-bahīyah	الرسالة البهية
-----------------------	----------------

- c. Apabila *ṣ* (tā' marbūṭah) ditulis sebagai *muḍāf* dan *muḍāf ilayh*, maka *muḍāf* dilambangkan dengan “t”. Contoh:

Wizārat al-Tarbiyah	وزارة التربية
---------------------	---------------

9. Penulisan ء (hamzah)

Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu:

- a. Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Asad	أسد
------	-----

- b. Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”.

Contoh:

Mas’alah	مسألة
----------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *wasal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Riḥlat Ibn Jubayr	رحلة ابن جبير
al-istidrāk	الإستدراك
kutub iqṭanat’hā	كتب أقتنتها

11. Penulisan syaddah atau *tasydīd* terhadap.

Penulisan syaddah bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “waw”. Adapaun bagi konsonan yā’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

Quwwah	قوة
‘aduww	عدوّ
Syawwal	سؤال
Jaww	جوّ
al-Misriyyah	المصريّة
Ayyām	أيام
Quṣayy	قصيّ
al-kasysyāf	الكشاف

12. Penulisan alif lām (ل ا)

Penulisan ل ا dilambangkan dengan “al-” baik pada ل
syamsiyyah maupun ل ا qamariyyah. Contoh:

al-kitāb al-thānī	الكتاب الثاني
al-ittiḥād	الإتحاد
al-aṣl	الأصل
al-āthār	الأثار
Abū al-Wafāʾ	ابو الوفاء
Maktabat al-Nahḍah al-Miṣriyyah	مكتبة النهضة المصرية
bi al-tamām wa al-kamāl	بالتما والكمال
Abū al-Layth al-Samarqandī	ابو الليث السمرقندي

Kecuali: Ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di
depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “lil”. Contoh:

Lil-Syarbaynī	للشربيني
---------------	----------

13. Penggunaan “ ʾ ” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā)
yang beriringan dengan «هـ» (hā) dengan huruf ذ (dh) dan ث (th). Contoh:

Adʾham	أدهم
Akramatʾhā	أكرماتها

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

Allāh	الله
Billāh	بِالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بِسْمِ الله



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahrabbi'l'amin, puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang mana dengan kuasa dan rahmatnya memberikan ilmu kepada peneliti untuk menyelesaikan tesis ini. Shalawat beserta salam juga senantiasa tercurahkan kepada Rasul pilihan Allah yaitu Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, alim ulama dan seluruh kaum muslimin yang setia kepadanya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan tesis ini, banyak hambatan yang telah peneliti temui. Namun karena kasih sayang Allah SWT, kemuliaan Nabi Muhammad SAW, keiklasan hati dan kerja keras penulis, serta doa, motivasi maupun bantuan dari berbagai pihak, maka kesulitan dan hambatan yang peneliti temui dapat dilalui dengan baik. Demikian peneliti menyadari bahwa, tesis ini tidak akan selesai dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, maka melalui tulisan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Bapak Dr. Armiadi Musa, MA sebagai ketua sidang Munaqasyah Tesis dan juga ketua Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Bapak Suherman, SIP., M.Ec sebagai sekretaris Sidang Munaqasyah Tesis dan juga kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
3. Bapak Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc., Ph.D selaku Pembimbing Pertama dan juga Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
4. Bapak Dr. Bismi Khalidin, M. SI selaku Pembimbing kedua dan juga wakil dekan di Fakultas Hukum dan Syariah UIN Ar-Raniry.

5. Bapak Dr. Muhammad Maulana, MA selaku penguji satu sidang Munaqasyah dan juga Dosen di Fakultas Hukum dan Syariah Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
6. Bapak Dr. Muhammad Zuhilmi, MA selaku penguji dua sidang Munaqasyah dan juga Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
7. Bapak, Ibu Staf Akademi Pasca Sarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
8. Bapak Bambang Trisula dari PT. Asuransi Takaful Keluarga, Bapak Rizal dari PT. Sun Life, dan Bapak Dodi dari PT. Prudential selaku kepala perwakilan kantor asuransi syariah di Banda Aceh
9. Istri dan Anak-anak kami yang tercinta yaitu Rosamnidar, Anisah Fitria, dan Muhammad Ilham
10. Untuk teman teman seperjuangan, satu unit yang telah memberikan dukungan dan semangat, serta seluruh pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada bantuan semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan namanya satu-persatu. Semoga Tesis ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Banda Aceh, 20 Juni 2022
Penulis,

Jamaluddin

ABSTRACT

Thesis Title : "Analysis of Factors Affecting Public Interest in Waqf Through Sharia Insurance" Research Study on Companies Sharia Insurance in Banda Aceh

Name/NIM : Jamaluddin/30183731

of Supervisor I : Dr. IsrakAhmadsyah, B.Ec.,M.Ec., M.Sc.

Advisor II : Dr. BismiKhalidin, M. SI

Keywords : Policy Waqf, Public Interest, and Sharia Insurance

This research is motivated by public interest in waqf through sharia insurance. This study aims to determine what factors influence the public's interest in waqf through sharia insurance. To measure the influence of product type, premium price, promotion, perception and expectation as well as religiosity on public interest in waqf in sharia insurance companies. This study uses descriptive analysis methods and simple regression. A sample of 100 respondents who came from active customers at PT Family Takaful Insurance as many as 35 customers, PT Prudential 30 customers, and PT Sun Life 35 customers of the three insurance companies have representatives in Banda Aceh by filling out the questionnaire provided. Based on the validity and reliability test, it was concluded that the questionnaire was valid and reliable so that it could be used. The results of the regression analysis showed that the type of product (p-value = 0.025), premium price (p-value = 0.030), promotion (p-value = 0.019), perceptions and expectations (p-value = 0.014), and religiosity (p-value = 0.014). value = 0.001) has a significant effect on public interest in waqf in sharia insurance.

الملخص

عنوان الرسالة : تحليل العوامل المؤثرة في رغبة المجتمع في الوقف عن التأمين الشرعي، بحث في شركة التأمين الشرعي في بندا أنشيه

اسم الباحث ورقم القي : جمال الدين/ 30183731

المشرف : دكتور إسراك أحمد شاه، الماجستير

المشرف المشارك : دكتور بسمي خالدين، الماجستير

كلمة المرور :

خلفية هذا البحث رغبة المجتمع في الوقف عن التأمين الشرعي، بهدف معرفة العوامل المؤثرة في تلك الرغبة. ولمعرفة معيار تأثير نوع الإنتاج، والسعر الممتاز، والترويج، والتصوير، والتوقع، والتدين في تلك الرغبة يستخدم هذا البحث منهج الوصفي التحليلي والانحدار البسيط. والعينة من مائة مستجيبين من العملاء، 35 عاملا من شركة تأمين تكافل الأسرة، و 35 عاملا من شركة Prudential، و 30 عاملا من شركة sun live. وهذه الشركات الثلاث لها فروع، منها في بندا أنشيه. وطريقة الأسئلة ملاً الاستبانات. وبعد اختبار الصلاحية والتوثيق لهذه الاستبانات فهي صالحة وموثقة للاستعمال. ونتيجة تحليل العدوان تشير إلى أن نوع الإنتاج ($p\text{-value} = 0,025$) والسعر الممتاز ($p\text{-value} = 0,030$)، والترويج ($p\text{-value} = 0,019$)، والتصوير والتوقع ($0,014$)، والتدين ($0,001$) تؤثر بشكل كبير في رغبة المجتمع في الوقف عن التأمين الشرعي.

ABSTRAK

Judul Tesis : “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berwakaf Melalui Asuransi Syariah” Study Penelitian pada Perusahaan Asuransi Syariah di Banda Aceh

Nama/NIM : Jamaluddin / 30183731

Pembimbing I : Dr. IsrakAhmadsyah, B.Ec.,M.Ec., M.Sc., Ph.D

Pembimbing II : Dr. Bismi Khalidin, M. Si

Kata kunci : *Wakaf Polis, Minat Masyarakat, dan Asuransi Syariah*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi serta religiusitas terhadap minat masyarakat dalam berwakaf pada perusahaan asuransi syariah. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan regresi sederhana. Sampel 100 orang responden yang berasal dari nasabah aktif pada PT Asuransi Takaful Keluarga sebanyak 35 orang nasabah, PT Prudential 30 orang nasabah, dan PT Sun Life 35 orang nasabah ketiga perusahaan asuransi tersebut memiliki perwakilannya di Banda Aceh dengan cara mengisi kuesioner yang telah disediakan. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas disimpulkan bahwa kuisisioner valid dan reliable sehingga dapat digunakan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa jenis produk (p -value = 0,025), harga premi (p -value = 0,030), promosi (p -value = 0,019), persepsi dan Ekspektasi (p -value = 0,014), dan religiusitas (p -value = 0,001) berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf pada asuransi syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LLEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xviii

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	10

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Asuransi Syariah.....	12
B. Pengertian Asuransi Syariah.....	12
C. Konsep Asuransi Syariah.....	14

D. Sumber Hukum Asuransi Syariah	17
E. Manfaat Asuransi	20
F. Produk Asuransi Syariah dana Wakaf	21
G. Risiko Dalam Islam	25
H. Minat	30
I. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Memilih Produk	32
J. Kerangka Berpikir	42
K. Hipotes	43

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	44
a.1. Pendekatan Penelitian	44
a.2. Tujuan dan Arah Penelitian	44
B. Data dan Teknik Pemerolehannya	45
b.1. Jenis Data	45
b.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	45
C. Tehnik Pengumpulan Data	46
D. Variabel Penelitian	48
d.1 Klasifikasi Variabel Penelitian	48
d.2 Devinisi Operasional	49
E. Model Penelitian	52
F. Teknik Analisis Data	53
f.1. Analisis Kuantitatif	53
f.2. Analisis Deskriptif	53
f.2.1. Uji Validasi dan Uji Reliabilitas	53
f.2.2. Uji Asumsi Klasik	54
f.2.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	55
f.2.4. Pengujian Model Penelitian	55

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.2. Karakteristik Responden	71
4.2.1. Deskripsi Profil Responden	
Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.2.2. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia ...	72
4.2.3. Deskripsi Profil Responden	
Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	73
4.2.4. Deskripsi Profil Responden	
Berdasarkan Status Perkawinan	74
4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	75
4.2.6. Profil Responden Berdasarkan	
Penghasilan Bulanan	76
4.3. Hasil Analisis	77
4.3.1. Analisis Deskriptif	77
4.4. Uji Validitas dan Realibilitas	99
4.5. Hasil Analisis Data	102
4.5.1. Uji Asumsi Klasik	102
4.5.2. Pengujian Model Penelitian Regresi	105
4.6. Pembahasan	109

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan	111
5.2. Saran- Saran	112
Daftar Pustaka	114

LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Asuransi sebagaimana yang dikenal sekarang sesungguhnya tidak dikenal pada masa awal Islam, akibatnya banyak literatur Islam menyimpulkan bahwa asuransi tidak dapat dipandang sebagai praktik yang halal. Walaupun secara jelas mengenai lembaga asuransi ini tidak dikenal pada masa Islam, akan tetapi terdapat beberapa aktivitas dari kehidupan pada masa Rasulullah SAW yang mengarah pada prinsip-prinsip asuransi. Misalnya konsep tanggung jawab bersama yang disebut dengan sistem *aqilah*. Sistem tersebut telah berkembang pada masyarakat Arab sebelum lahirnya Rasulullah SAW¹.

Pada zaman Rasulullah SAW atau pada awal masa Islam berkembang sistem tersebut dipraktikkan di antara kaum muhajirin dan anshar. Sistem *aqilah* yaitu suatu bentuk sistem menghimpun anggota untuk menyumbang atau mengeluarkan dananya dalam suatu tabungan bersama yang dikenal dengan nama *kunz*. Tabungan tersebut bertujuan untuk memberikan pertolongan kepada keluarga korban dari keanggotaan *kunz* yang terbunuh secara tidak sengaja dan untuk membebaskan hamba sahaya.

Pada perkembangan selanjutnya, *aqilah* diterima menjadi bagian dari hukum Islam, seperti hadist berikut ini: “Diriwayatkan oleh Abu Hanifah yang mengatakan: pernah dua wanita dari suku Huzail bertikai ketika seorang dari mereka memukul yang lain dengan batu yang mengakibatkan kematian wanita itu dan cabang bayi dalam rahimnya. Pewaris korban membawa kejadian itu ke pengadilan Nabi Muhammad SAW yang memberikan keputusan bahwa kompensasi bagi pembunuh anak bayi adalah membebaskan seorang budak laki-laki atau perempuan sedangkan kompensasi

¹ Dewi, G. “Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan & Perasuransian Syariah di Indonesia”. ED 3. (Depok: Prenada Media, 2017)

atas membunuh wanita adalah uang darah (*diyath*) yang harus dibayar oleh saudara pihak ayah (*aqilah*) dari yang tertuduh. Itulah yang menjadi dasar munculnya lembaga-lembaga asuransi pada masa sekarang ini².

Kita sebagai manusia tidak mampu untuk memprediksi tentang apa saja yang akan terjadi dimasa yang akan datang secara sempurna walaupun menggunakan berbagai alat analisis. Hal ini disebabkan karena di masa datang penuh dengan ketidakpastian. Jadi wajar jika terjadinya sesuatu di masa datang hanya dapat direkayasa semata. Resiko di masa datang dapat terjadi terhadap kehidupan seseorang misalnya sakit, kerugian, hilang pekerjaan bahkan kematian. Dalam usaha yang kita jalankan dapat berupa resiko kerusakan, kebakaran atau kehilangan. Sebagai manusia yang tak terlepas dari sifat alam yang kompleks ini harusnya mampu menganalisis dampak apa yang akan terjadi dalam kehidupan kita sehingga setiap risiko yang akan dihadapi dapat ditanggulangi, sehingga tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi. Maka diperlukan perusahaan yang mau menanggung risiko tersebut yaitu perusahaan asuransi.

Di bidang bisnis inilah asuransi semakin berkembang, terutama dalam hal perlindungan terhadap barang-barang perdagangannya. Pada awal perkembangannya praktek asuransi belum sejalan dengan kesesuaian praktek asuransi yang sesuai dengan tatanan syariah. Walaupun demikian, seiring berkembangnya ilmu-ilmu ekonomi dan dengan banyaknya kajian terhadap praktek perekonomian dalam perspektif hukum Islam, asuransi mulai diselaraskan dengan ketentuan-ketentuan syariah. Oleh sebab itu muncullah asuransi syariah seperti yang telah berkembang saat ini.

² Gunara dan Sudibyo). "*Marketing Muhammad Strategi Bisnis Nabi Muhammad dalam Memenangkan Persaingan Pasar*". (Bandung: Takbir Publishing House. 2006)

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Perusahaan Asuransi Syariah di
Indonesia
Periode 2017-2021

Keterangan	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
a. Asuransi Jiwa Syariah	7	7	7	7	7
b. Asuransi Umum Syariah	5	5	5	5	6
c. Reasuransi Syariah	1	1	1	1	1
Jumlah	13	13	13	13	14

Sumber: data primer Statistik Perasuransian OJK (2022)

Dari table di atas, menunjukkan bahwa perkembangan perusahaan asuransi syariah di Indonesia sudah dan masih menunjukkan perkembangannya. Namun perkembangan tersebut masih relative lamban³. Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah, Tatang Nurhidayat mengatakan bahwa di bulan juni tahun 2021 jumlah populasi di Indonesia mencapai 272,23 juta jiwa. Sebanyak

³Herry Ramadhani, "Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia", *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, (2015), h. 57-66.

236,53 juta jiwa (86.88%) diantaranya merupakan penduduk muslim. Dari angka tersebut, sekitar 95 juta jiwa merupakan usia milenial. Sementara itu, pemegang polis asuransi syariah hanya mencapai 7,45 juta jiwa hingga akhir tahun 2021 atau sekitar 3,15% dari total penduduk muslim. Padahal disisi lain Indonesia juga merupakan penerbit sukuk terbesar di dunia.

Seiring perkembangan asuransi syariah di Indonesia semakin meningkat, pemasaran produk-produk asuransi syariah pun disesuaikan oleh kebutuhan masyarakat diantaranya adalah produk Wakaf. pemerintah dalam hal ini Dewan Syariah Nasional atau DSN telah mengeluarkan Fatwa tentang Wakaf, Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 106/DSNMUI/X/2016 menyatakan bahwa definisi wakaf adalah menahan harta yang dapat dimanfaatkan dengan tanpa lenyap bendanya, dan dengan tidak menjual, menghibahkannya, dan/atau mewariskannya, serta hasilnya disalurkan kepada sesuatu yang mubah kepada penerima manfaat wakaf yang ada. Dalam hal ini, wakaf bertujuan untuk disalurkan dalam hal kebaikan dan kemaslahatan umum sebagai ibadah kepada Allah SWT. Pada dasarnya, hukum wakaf adalah sunnah. Hal ini merujuk pada Al-quran surah Al-Hajj ayat 77 dan Ali Imran ayat 92. Sementara berdasarkan hukum positif, wakaf diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2006 mengenai Pelaksanaan Undang-undang No. 41 tahun 2004.

Hasil kunjungan penulis pada lembaga asuransi syariah didapatkan data bahwa jumlah peserta yang memiliki wakaf polis asuransi syariah dapat di gambarkan pada tabel berikut;

Tabel 1.2
Peserta Asuransi yang Memiliki Produk Wakaf

NO	Nama Asuransi Syariah	Jumlah Peserta Produk Wakaf	Tahun Terbit Polis
1	PT. Asuransi Takaful Keluarga	789	2017
2	PT. Sun Life	850	2016
3	PT. Prudential	716	2017
	Total	2.355	

Sumber; data primer diolah, 2022.

Dari tabel di atas dapat kita ketahui bahwa minat masyarakat dalam berwakaf dengan menggunakan wadah asuransi syariah berjumlah 2.355 orang atau 4,4% bila dibandingkan dengan jumlah penduduk Aceh sebesar 5.274.871 jiwa⁴ hal ini menunjukkan minat masyarakat Aceh dalam berwakaf pada lembaga asuransi syariah masih kurang.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan asuransi yang berbasis syariah antara lain faktor religiusitas, produk, harga premi, persepsi dan ekpektasi, serta promosi⁵. Religiusitas merupakan keterikatan seseorang atau individu terhadap agama yang dianutnya, dan jika seseorang atau individu tersebut telah menginternalisasikan setiap perintah dalam agamanya, maka perintah dalam agama tersebut akan mempengaruhi kehidupan sehari-harinya⁶.

Selain religiusitas terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk salah

⁴ BPS Aceh, *Jumlah Penduduk SP2020*, (September 2020)

⁵ Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 2, (2016), h. 5

⁶ Annisa Fitriani, "Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being", *Jurnal Al-Adyan*, Vol. XI, No. 1, (2016), h. 12

satunya adalah harga⁷. Dalam asuransi syariah, harga dapat disebut sebagai premi. dalam menentukan berapa banyak premi yang akan dibayar oleh calon nasabah maka akan ditentukan berdasarkan persentase jumlah pertanggungan, yang mana persentase tersebut memberikan gambaran penanggung akan risiko yang ditujukan kepadanya, penilaian pertanggungan berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh adanya hukum permintaan dan penawaran⁸. Selain harga, Menurut Sumarwan, persepsi dan ekspektasi sebagai factor yang bisa dijadikan pertimbangan oleh masyarakat dalam memutuskan untuk berminat tidaknya suatu jenis produk, yang mana Philip Kotler dan Kevin Lane Keller menyatakan bahwa, seseorang dapat dipengaruhi oleh persepsi dan ekspektasi melalui 3 cara. Pertama, mereka memperlihatkan kepada seseorang gaya hidup baru. Kedua, akan mempengaruhi seseorang dalam bersikap mengenai hal baru yang didapatnya. Ketiga, memberikan rasa nyaman kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi konsumen dalam hal memilih suatu produk ataupun merk⁹.

Adisaputro menyatakan bahwa, segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen kepada konsumen, yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka dinamakan sebagai produk. Produk dapat diartikan sebagai suatu nilai karena dapat memenuhi segala kebutuhan sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai pemakainya. Sehingga apabila suatu produk yang di perjualbelikan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka hal ini akan

⁷Agus Purnomo, “Analisa Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah”, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017), h. 34

⁸Muhammad Heri Santoso, “Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2016), h. 4.

⁹Asep Suryanto, Adah Sa’adah, “Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada BMT Daarut Tauhid Bandung”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. , No. 1, (2019), h. 66

mempengaruhi minat tidaknya seseorang terhadap produk yang ditawarkan tersebut¹⁰.

Asuransi syariah tak kalah dari asuransi konvensional yang menyediakan bermacam-macam produk yang dapat dibeli oleh masyarakat. Seperti misalnya terdapat produk untuk investasi, produk dana pensiun atau warisan. Namun masyarakat belum memahami produk apa saja yang dibutuhkan yang sesuai dengan kondisinya. Masyarakat memerlukan adanya pedoman mengenai cara menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kondisinya¹¹.

Selain Produk yang mempengaruhi minat membeli adalah promosi, promosi adalah sebuah program terkendali dan terpadu dari metode komunikasi dan material yang dirancang untuk menghadirkan perusahaan dan produk-produknya kepada calon konsumen, yang memuaskan kebutuhan dan mendorong penjualan yang pada akhirnya memberi kontribusi pada kinerja laba jangka panjang. Dapat dilihat bahwa strategi promosi merupakan kegiatan yang direncanakan dengan maksud membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.

Promosi yang di lakukan oleh toko pusat oleh-oleh Yuasa Food dilakukan dengan kepercayaan konsumen yang sudah mencoba secara langsung produk dari carica Yuasa Food, serta melakukan berbagai promosi lainnya, seperti ikut serta dalam acara-acara pameran dan promosi melalui media social.

¹⁰Santri Zulaicha, Rusda Irawati, "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016), h. 125-136.

¹¹Inayatul Ummah, "Pengaruh Financial Consultant (FC) Dan Besaran Premi Terhadap Permintaan Asuransi Fund Amani Syari"ah Di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) Serang)", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 1, No. 1, (2016), h. 12

Indikator-indikator dari variabel promosi yaitu:

- 1) Informasi tentang produk di perdagangkan lewat media cetak brosur/ plamflet
- 2) Informasi tentang produk di perdagangkan lewat media social
- 3) Informasi tentang produk di perdagangkan lewat media penyiaran televisi dan radio
- 4) Ikut serta dalam event tertentu, dan melakukan kerjasama dengan lembaga pihak lain

Berdasarkan latar belakang di atas yang mana minat masyarakat berwakaf masih kecil atau baru sebesar 4.5% dari jumlah penduduk Aceh lima juta jiwaan, sehingga penulis merasa diperlukan analisis mendalam terkait masalah tersebut, maka penulis mengangkat hal ini menjadi sebuah penelitian ilmiah dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah” yang nantinya penelitian ini akan dianalisa dengan mengumpulkan data-data secara mendetail di bab-bab selanjutnya guna menemukan hasil yang dapat bermanfaat bagi lembaga perasuransian itu sendiri serta bagi masyarakat aceh pada umumnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dijelaskan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah jenis produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
2. Apakah harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
3. Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.

4. Apakah persepsi dan ekspektasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
5. Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini mengacu pada permasalahan diatas adalah:

1. Untuk mengetahui apakah jenis produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
2. Untuk mengetahui apakah harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
4. Untuk mengetahui apakah persepsi dan ekspektasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.
5. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Peneliti berharap mampu mengembangkan dan menerapkan teori yang telah diterima dalam bangku perkuliahan ke dalam praktik. Serta menambah kemampuan dalam menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah serta menumbuhkan sikap profesionalisme

kerja yang berdasarkan teori ke praktik dan meningkatkan kemampuan berfikir dalam pemecahan masalah secara ilmiah.

2. Bagi Akademik

Peneliti diharap memberikan informasi dan berguna bagi akademisi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah dan praktik pengenalannya dalam hal ini minat masyarakat berwakaf melalui media asuransi syariah. Sekaligus sebagai perbandingan antara teori yang di pelajari dengan praktik yang di jalankan.

3. Bagi Masyarakat

Peneliti di harapkan mampu menambah wawasan untuk masyarakat agar memahami tentang prosedur berwakaf melalui media asuransi syariah, sehingga menjadi sebuah referensi baru dan teruji dalam dunia perasuransian syariah.

4. Bagi Perusahaan Asuransi

Sebagai sumbangan informasi bagi pihak perusahaan asuransi syariah, terutama asuransi syariah yang ada di kota Banda Aceh dalam memahmi faktor-faktor minat masyarakat pada produk wakaf polis melalui media asuransi syariah untuk mensejahterakan masyarakat sesuai dengan syariat Islam.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai isi dan pembahasan tesis ini, maka tesis ini disusun menurut kerangka sistematik sebagai berikut :

BAB I berisi pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II membahas landasan teori meliputi tinjauan umum asuransi syariah, pengertian asuransi syariah, konsep asuransi syariah, sumber hukum asuransi syariah, rukun dan syarat asuransi syariah, manfaat asuransi syariah, produk asuransi syariah dana wakaf, risiko dalam Islam, minat, faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Produk Wakaf.

BAB III merupakan metode penelitian yang digunakan dalam tesis ini, yaitu menjelaskan seputar jenis penelitian, data dan tehnik perolehannya, tehnik pengumpulan data, variabel penelitian, model penelitian, dan tehnik analisis data,.

BAB IV membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah di Banda Aceh. Analisis ini merupakan hasil uraian yang dilakukan oleh penulis guna mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang Bagaimana minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah, Apakah harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf, Apakah kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf, Apakah produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf, Apakah religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf, Apakah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf.

BAB V adalah penutup dari keseluruhan penelitian ini yang memuat tentang kesimpulan atau hasil penelitian disertai dengan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Asuransi Syariah

Asuransi Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang ada di dunia pada dasarnya telah banyak konsep-konsep perasuransian islam di dunia terutama di Indonesia, semua itu tidak terlepas dari perilaku umat islam dalam memandang lembaga-lembaga perekonomian untuk dikembangkan menjadi suatu kegiatan bermuamalah. Salah satu penyebab mengapa asuransi islam itu muncul yaitu ketidak sepahaman konsep asuransi konvensional dengan konsep islam dimana konsep islam menuntut adanya kejelasan dan kepastian dalam bermuamalah.

B. Pengertian Asuransi Syariah

Pada dasarnya istilah asuransi syariah berasal dari makna bahasa Arab yaitu *at-ta'min* yang diambil dari kata *amana* yang memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman dan bebas dari rasa takut¹². Sebagaimana firman Allah dalam QS. Quraisy [106]: 4.

الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِّنْ جُوعٍ وَءَامَنَهُمْ مِّنْ خَوْفٍ

Artinya : “Dialah Allah yang mengamankan mereka dari rasa takut”

Istilah *at-ta'min* juga dapat dimaknai seseorang membayar atau menyerahkan uang cicilan agar ia atau ahli warisnya mendapatkan sejumlah uang sebagaimana telah disepakati, atau untuk mendapatkan ganti terhadap hartanya yang hilang.

Ahli pikir kontemporer, Wahbah az- Zuhaili mendefinisikan asuransi berdasarkan pembagiannya. Ia membagi asuransi dalam dua bentuk, yaitu *at-ta'min at-ta'awuni* dan *at-ta'min bi qist sabit*.

¹² Sula, M. S. “Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional”. (Jakarta: Gema Insani Press, 2004).

At-ta'minat-ta'awuni atau asuransi tolong-menolong adalah “kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang di antara mereka mendapat kemudharatan”. *At-ta'min bi qist sabit* atau asuransi dengan pembagian tetap adalah “akad yang mewajibkan seseorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terjadi atas beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapat kecelakaan, ia diberi ganti rugi”¹³.

Mustafa Ahmad az-Zarqa memaknai “asuransi adalah sebagai suatu cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya, dalam perjalanan kagiatan hidupnya, bahwa sistem asuransi adalah sistem *ta'awanun* dan *tadhamun* yang bertujuan untuk menutupi kerugian peristiwa-peristiwa atau musibah-musibah oleh sekelompok bertanggung kepada orang yang tertimpa musibah tersebut”¹⁴. Penggantian tersebut berasal dari kontribusi premi mereka.

Di Indonesia, ”asuransi Islam sering dikenal dengan istilah Takaful. Kata Takaful berasal dari *takafala-yatakafalu* yang berarti menjamin atau saling menanggung Takaful dalam pengertian muamalah adalah saling memikul risiko antara sesama peserta, sehingga antara peserta yang satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko yang lain”¹⁵.

Dewan Syariah Nasional pada tahun 2001 telah mengeluarkan fatwa mengenai asuransi syariah. Dalam fatwa DSN No. 21/DSN-MUI/X/2001 bagian pertama mengenai ketentuan umum angka 1 disebutkan pengertian asuransi syariah (*ta'min*, *takaful* atau *tadhamun*) adalah “Usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberi pola

¹³ Dahlan, A. A. “*Esklopedi Hukum Islam*”. (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve 2000).

¹⁴ Sula, M. S.. “*Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*”. (Jakarta: Gema Insani Press 2004).

¹⁵ ibit Sula, M. S. (2004)

pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah”¹⁶.

C. Konsep Asuransi Syariah

Konsep asuransi syariah berasaskan pada konsep Takaful yang merupakan perpaduan antara rasa tanggung jawab dan persaudaraan antara peserta. Adapun konsep asuransi Islam adalah sebagai berikut¹⁷:

1. Saling Bertanggung Jawab

Hal ini sesuai dengan tuntunan Hadits Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh al-Bukhari dan Muslim, sebagai berikut.

- a. *“kedudukan hubungan persaudaraan dan perasaan orang-orang yang beriman antara satu dengan lainnya seperti satu tubuh, apabila salah satu anggota tubuhnya sakit, maka seluruh anggota tubuh lainnya ikut merasakannya”* (diriwayatkan oleh al-Bukhari dan Muslim).
- b. *“seorang mukmin dengan mukmin lainnya ibarat sebuah bangunan yang tiap-tiap bagiannya saling menguatkan bagian yang lain”* (diriwayatkan oleh al-Bukhari dan Muslim).

2. Saling Bekerja Sama untuk Bantu-Membantu

Hal ini sebagaimana yang diperintahkan Allah SWT. Dalam Al-Qur’an dan Hadits Rasulullah SAW. Sebagaimana yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim dan Abu Daud, sebagai berikut:

a. Al-Qur’an

- 1) QS al-Maidah [5]: 2

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ...

¹⁶ Wirduyaningsih. *“Bank dan Asuransi Islam di Indonesia”*. (Jakarta: Prenada Media Group 2005).

¹⁷ ibit Wirduyaningsih. (2005)

Artinya : “... Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...”.

2) QS al-Baqarah[2]: 177

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

Artinya : “Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi sesungguhnya kebajikan itu adalah beriman kepada Allah, hari kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir(yang memerlukan pertolongan), dan orang-orang yang meminta-minta: dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan salat, dan menunaikan zakat, dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. Mereka itulah orang-orang yang benar (imannya) dan mereka itulah orang-orang yang bertakwa”.

b.Hadits Nabi Muhammad SAW:

- 1) “Barang siapa yang memenuhi kebutuhan saudaranya, Allah akan memenuhi kebutuhannya” (diriwayatkan oleh Bukhari, Muslim dan Abu Daud).

- 2) *“Tolonglah saudaramu baik yang zalim maupun yang dizalimi, mereka bertanya: Hai Rasulullah, dapat saya menolong yang dizalimi tetapi bagaimana menolong saudara yang zalim? jawab Rasulullah, cabut kekuasaannya”* (diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim).

c. Saling Melindungi dari Segala Kesusahan

Hal ini sebagaimana diperintahkan Allah SWT, dalam al-Qur’an dan Hadits Rasulullah sebagaimana yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dan Ahmad, sebagai berikut:

a. Al-Qur’an

1) Qs. al-Baqarah [2]: 126

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ اجْعَلْ هَذَا بَلَدًا ءَامِنًا وَاغْنُ أَهْلَهُ مِنَ الثَّمَرَاتِ مَنْ ءَامَنَ مِنْهُمْ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَأُمَتِّعُهُ قَلِيلًا ثُمَّ أَضْطَرُّهُ إِلَىٰ عَذَابِ النَّارِ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ

Artinya : *“Dan (ingatlah) ketika Ibrahim berdoa,”Ya Tuhanku, jadikanlah negeri ini, negeri yang aman sentosa dan berikan rezeki dari buah-buahan kepada penduduknya yang beriman diantara mereka kepada Allah dan hari kemudian...”*

b. Hadits Nabi Muhammad SAW:

- 1) *“Sesungguhnya seseorang yang beriman itu ialah barang siapa yang memberikan keselamatan dan perlindungan terhadap harta dan jiwa raga manusia”* (diriwayatkan oleh Ibnu Majah).
- 2) *“Demi diriku yang didalam kekuasaan Allah bahwa tiada seorang pun yang masuk surga sebelum mereka memberi perlindungan kepada tetangganya yang berada dalam kesempitan”* (diriwayatkan oleh Ahmad).

D. Sumber Hukum Asuransi Syariah

Ada beberapa sumber yang menjadi acuan asuransi syariah, diantaranya adalah¹⁸;

1. Al-Qur'an

Adapun dilihat sepintas keseluruhan ayat Al-Qur'an, tidak terdapat satu ayat pun yang menyebutkan istilah asuransi seperti yang kita kenal sekarang ini, baik istilah "at-ta'min" ataupun "al-takaful". Namun demikian, walaupun tidak disebutkan secara tegas terhadap ayat yang menjelaskan tentang konsep asuransi dan yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi. Di antara ayat-ayat Al-Qur'an tersebut antara lain:

1. QS. al-Hasyr [59]: 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلَسَنَنْظُرُ نَفْسٌ مَّا قَدَّمْتُمْ لِعَدِّهِ وَأَتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memerhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertakwalah kepada Allah sesungguhnya Allah Maha Mengetahui yang kamu kerjakan".*

2. QS. Yusuf [12]: 47-48

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ
{*} ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادًا يَأْكُلْنَ مَآقَدِمَتُمْ هُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ

Artinya : *"Yusuf berkata, supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa. Maka, apa yang kamu tuai, hendaklah biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang*

¹⁸ ibit Wiryaningsih. (2005)

menghabiskan apa yang kamu simpan untuk mengadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan. Kemudian, akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur”.

3. QS. al-Baqarah [2]: 185

...يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ...

Artinya : “...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu...”

4. QS. al-Taqaabun[64]: 11

مَا أَصَابَ مِنْ مُصِيبَةٍ إِلَّا بِإِذْنِ اللَّهِ ...

Artinya : “Tidak ada sesuatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan izin Allah...”.

2. Hadits

Hadits adalah seluruh perkataan, perbuatan, dan hal ihwal tentang Nabi Muhammad SAW, sedangkan menurut yang lainnya adalah “Segala sesuatu yang bersumber dari Nabi Muhammad SAW, baik berupa perkataan, perbuatan, maupun ketetapanannya”. Adapun hadist yang menyinggung tentang asuransi yaitu hadits yang diriwayatkan oleh Abu Hanifah yang mengatakan: pernah dua wanita dari suku Huzail bertikai ketika seorang dari mereka memukul yang lain dengan batu yang mengakibatkan kematian wanita itu dan cabang bayi dalam rahimnya.

Pewaris korban membawa kejadian itu ke pengadilan Nabi Muhammad SAW yang memberikan keputusan bahwa kompensasi bagi pembunuh anak bayi adalah membebaskan seorang budak laki-laki atau perempuan sedangkan kompensasi atas membunuh

wanita adalah uang darah (*diyāt*) yang harus dibayar oleh saudara pihak ayah (*aqilah*) dari yang tertuduh.

3. Ijtihad

a. Fatwa Sahabat

Praktik sahabat berkenaan dengan pembayaran hukuman (ganti rugi) pernah dilaksanakan oleh khalifah kedua, Umar bin Khattab. Beliau berkata, “Orang-orang yang namanya tercantum dalam dalam *diwan* tersebut berhak menerima bantuan dari satu sama lain dan harus menyumbang untuk pembayaran hukuman (ganti rugi) atas pembunuhan (tidak disengaja) yang dilakukan oleh salah satu seorang anggota masyarakat mereka”. Umar-lah orang yang pertama kali mengeluarkan perintah untuk menyiapkan daftar secara profesional per wilayah, dan orang-orang yang terdaftar diwajibkan saling menanggung beban.

b. Ijma’

Para sahabat telah melakukan *ittifaq* (kesepakatan) dalam hal *aqilah* yang dilakukan ini tampak dengan tidak adanya sahabat lain yang menentang pelaksanaan *aqilah* ini. *Aqilah* adalah iuran darah yang dilakukan oleh keluarga dari pihak laki-laki (*ashabah*) dari si pembunuh (orang yang menyebabkan kematian orang lain secara tidak sewenang-wenang). Dalam hal ini, kelompok-lah yang harus menanggung pembayarannya, karena si pembunuh merupakan anggota dari kelompok tersebut. dengan tak adanya sahabat yang menentang Khalifah Umar, bisa disimpulkan bahwa telah terdapat *ijma’* di kalangan sahabat Nabi SAW mengenai persoalan ini.

c. Qiyas

Yang dimaksud dengan *qiyas* adalah metode ijtihad dengan jalan menyamakan hukum suatu hal yang tidak terdapat ketentuannya dalam alquran dan as-Sunnah dengan hal-hal lain yang hukumnya tidak disebutkan dalam alquran dan as-Sunnah karena persamaan *illat* (penyebab atau alasannya). Dalam kitab *fathul baari*, disebutkan bahwa dengan datangnya Islam sistem *aqillah* diterima oleh Rasulullah SAW menjadi bagian dari hukum

islam. Ide pokok dari *aqillah* adalah suku arab zaman dulu harus siap melakukan kontribusi finansial atas nama si pembunuh untuk membayar ahli waris korban. Kesiapan untuk membayar kontribusi keuangan ini sama dengan membayar premi pada praktik asuransi syariah saat ini. Jadi, apabila dibandingkan permasalahan asuransi syariah saat ini dapat *di-qiyas*-kan dengan sistem *aqillah* yang telah diterima dimasa rasulullah.

d. Istishan

Istishan adalah cara menentukan hukum dengan jalan menyimpang dari ketentuan yang sudah ada demi keadilan dan kepentingan sosial. Dalam pandangan ahli *Ushul Fiqh* adalah memandang sesuatu itu baik. Kebaikan dari kebiasaan *aqilah* dikalangan suku Arab kuno terletak pada kenyataan, bahwa sistem *aqilah* dapat menggantikannya atau menghindari balas dendam berdarah yang berkelanjutan.

E. Manfaat Asuransi

Asuransi pada dasarnya dapat memberi manfaat bagi para peserta asuransi antara lain, sebagai berikut¹⁹:

1. Rasa aman dan perlindungan. Peserta asuransi berhak memperoleh klaim (hak peserta asuransi) yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Klaim tersebut akan menghindarkan peserta asuransi dari kerugian yang mungkin timbul.
2. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil. Semakin besar kemungkinan terjadinya suatu kerugian dan semakin besar kerugian yang mungkin ditimbulkannya makin besar pula premi pertanggungannya. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalita (digunakan sebagai acuan kalangan industri asuransi) untuk asuransi jiwa dan tabel mordibita

¹⁹Soemitra, "*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*". (Jakarta: Kencana, 2010), hal 256

(digunakan sebagai data pertanggung jawaban asuransi kesehatan), dengan syarat tidak memasukkan unsur riba dalam perhitungannya.

3. Berfungsi sebagai tabungan. Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya secara syariah. Jika pada masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa *reversing period*, maka dana yang dimasukkan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah diniatkan untuk *tabarru'* (dihibahkan)
4. Alat penyebaran risiko. Dalam asuransi syariah risiko dibagi bersama para peserta sebagai bentuk saling tolong menolong dan mermbantu diantara mereka.
5. Membantu meningkatkan kepentingan usaha karena perusahaan asuransi akan melakukan investasi sesuai dengan syariah atas suatu bidang usaha tertentu.

F. Produk Asuransi Syariah dana Wakaf

1. Pengertian Wakaf

Wakaf adalah perbuatan hukum seseorang atau kelompok atau badan hukum yang memisahkan sebagian dari benda miliknya dan melembagakannya untuk selama-lamanya guna kepentingan ibadah atau keperluan umum lainnya sesuai dengan ajaran islam. Berdasarkan uraian diatas dapat dikatakan bahwa wakaf adalah perbuatan hukum yang suci dan mulia sebagai sedekah jariyah yang pahalanya terus-menerus mengalir walaupun yang memberi wakaf telah meninggal dunia²⁰.

Wakaf memiliki makna menahan harta, hanya bisa di manfaatkan untuk perkara yang boleh (mubah), tetapi kepemilikannya terputus, sehingga pewakaf (waqif) atau penerima

²⁰Kartika, "Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf". Jakarta: PT Grasindo, (2016), hal 55

wakaf (mauquf alaih), tidak boleh menjual, menghibahkan, atau mewariskannya.

Wakaf Wasiat Polis Asuransi Jiwa Syariah Wakaf berupa polis asuransi syariah yg mana nilai investasinya dan atau manfaat asuransinya diwakafkan oleh tertanggung utama dengan sepengetahuan ahli waris ketika manfaat polis jatuh tempo dan atau wakif meninggal dunia.

2. Wakaf memiliki tujuan umum dan khusus

a. Tujuan Umum wakaf

Agar tersedia fasilitas umum yang ada di tengah masyarakat. Seperti rumah ibadah, sekolah, pesantren, perguruan tinggi, rumah sakit, perpustakaan, jalan dan lain-lain. Sehingga wakaf memiliki peran yang signifikan dalam membangun dan peradaban umat

b. Tujuan Khusus wakaf

Menjadi saluran bagi karakter kebaikan manusia. Karena manusia memiliki kecenderungan untuk melakukan kebaikan terhadap sesama, baik karena dorongan agama, sosial keluarga ,atau naluriah

3. Hukum Wakaf

Hukum wakaf dapat dilihat dari Al Quran dan Hadis Nabi,

a, Al Quran

surat Ali Imran (3):92 sebagai berikut,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ

"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu..

Q.S Al Baqarah (2): 267

b, Hadis nabi

Hadis Nabi riwayat al-Nasa'i" Diriwayatkan dari Ibn Umar ra, ia berkata: Umar ra berkata kepada Nabi saw., 'saya mempunyai

seratus bagian (tanah/kebun) di Khaibar, belum pernah saya mendapatkan harta yang paling saya kagumi melebihi tanah itu; saya bermaksud menyedekahkannya. 'Nabi saw. berkata: 'tahanlah pokoknya dan sedekahkan hasilnya pada sabilillah"

Hadis Nabi Riwayat Imam al-Bukhari:

Dari Ibnu Umar RA, bahwa Umar RA memperoleh sebidang tanah di Khaibar, kemudian menghadap kepada Rasulullah untuk mohon petunjuk. Umar berkata: Ya Rasulullah! Saya mendapatkan sebidang tanah di Khaibar, saya belum pernah mendapatkan harta sebaik itu, maka apakah yang engkau perintahkan kepadaku? Rasulullah bersabda: bila kau suka, kau tahan tanah itu dan engkau sedekahkan. Berkata Ibnu Umar; 'Kemudian Umar mersedekahkan tanah tersebut, (disertai persyaratan) tidak dijual, tidak diwariskan dan tidak juga dihibahkan. selanjutnya Umar menyedekahkannya kepada orang fakir, kaum kerabat, hamba sahaya, sabilillah, ibnu sabil, dan tamu. Dan tidak dilarang bagi yang mengelola tanah wakaf itu (pengurusnya) makan dari hasilnya dengan cara yang baik dengan tidak bermaksud menumpuk harta.

Hadis Nabi Riwayat Muslim

Dari Abu Hurairah ra, Rasulullah saw. bersabda: 'Apabila seorang manusia meninggal dunia, terputus darinya amalnya kecuali dari tiga hal (yaitu): dari sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, atau anak saleh yang mendoakannya.

4. Produk Takafulink Salam Wakaf

Wakaf Wasiat Polis Asuransi Jiwa Syariah Wakaf berupa polis asuransi syariah yg mana nilai investasinya dan atau manfaat asuransinya diwakafkan oleh tertanggung utama dengan sepengetahuan ahli waris ketika manfaat polis jatuh tempo dan atau wakif meninggal dunia²¹.

²¹Brosur "*Takafulink salam wakaf*", PT. Asuransi Takaful Keluarga, (2017)

Untuk menjadi peserta produk Takafulink Salam Wakaf yang harus peserta lakukan adalah²²;

1. Calon peserta mengajukan pendaftaran wakaf pada asuransi Takaful Keluarga.
2. Calon peserta mengisi program takafulink salam wakaf
3. Calon peserta membayar setoran awal sesuai kesepakatan dengan pihak asuransi.
4. Calon peserta melampirkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak PTAsuransi Takaful Keluarga yaitu:
 - a. Foto copy KTP
 - b. Foto copy Kartu Keluarga (kk)
 - c. Bukti setor awal
 - d. Menandatangani ilustrasi
 - e. Foto copy rekening Bank

4. Manfaat Takafulink Salam Wakaf

Adapun manfaat Wakaf yang diperoleh dari Asuransi Takaful Keluarga adalah sebagai berikut²³:

1. Manfaat hidup:

Sampai akhir periode akad akan dibayarkan dana investasi sebesar nilai aktiva bersih sesuai dengan jumlah nilai unit yang dimiliki peserta.

- 1) Nazhir menerima maksimal 33% dari saldo dana investasi
- 2) Peserta menerima sisa saldo dana setelah dikurangi manfaat yang diterima Nazhir.

2. Manfaat meninggal:

Jika peserta meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris atau pihak yang ditunjuk dan Nazhir akan menerima Manfaat Takaful dan Dana Investasi.

a. Manfaat Takaful (asuransi)

²²Brosur, “*Takafulink Salam Wakaf*”, PT. asuransi Takaful Keluarga, (2017)

²³Brosur, “*Takafulink Salam Wakaf*”, PT. Asuransi Takaful Keluarga, (2017)

- 1) Nazhir, jika peserta meninggal dunia, maka penerima manfaat wakaf akan menerima maksimal 45% manfaat Takaful.
- 2) Ahli waris peserta atau pihak yang ditunjuk, jika peserta meninggal dunia, maka ahli Waris akan menerima maksimal 55% manfaat Takaful.

b. Manfaat Investasi

- 1) Nazhir menerima maksimal 33% dari saldo dana Investasi
- 2) Ahli waris peserta atau pihak yang ditunjuk menerima sisa saldo dana setelah dikurangi manfaat yang diterima Nazhir.

G. Risiko Dalam Islam

Terdapat beberapa definisi mengenai arti kata risiko. yang mana secara umum, pengertian risiko selalu dikaitkan dengan kemungkinan akan terjadinya sesuatu yang buruk dan merugikan. Ada yang mendefinisikan resiko sebagai peluang kerugian. Ada juga yang mendefinisikan risiko sebagai kemungkinan kerugian. Dan ada pula yang mendefinisikannya dengan ketidakpastian. Walaupun dari arti kata tersebut terdapa perbedaan definisi, namun, kebanyakan tokoh sepakat bahwa risiko erat kaitannya dengan suatu hal yan buruk yan mungkin akan terjadi dikemudian hari. Dengan kata lain, kemungkinan merupakan suatu hal yang tidak pasti. Sedangkan sesuatu yang tidak pasti merupakan kondisi yang akan memicu terjadinya risiko²⁴. Menurut Wikipedia, risiko adalah suatu akibat buruk yang mungkin akan terjadi sekarang ataupun dimasa yang akan datang. Sedangkan dalam asuransi, risiko adalah ketidakpastian suatu keadaan, sehingga apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka akan menimbulkan suatu kerugian²⁵.

Dalam Islam tidak seorang pun makhluk ciptaan Allah yang tahu tentang suatu hal yang akan menimpa dirinya di masa yang

²⁴Afdawaiza, Uncertainty (Ketidakpastian) dan Antisipasinya Dalam Perspektif Keuangan Islam, *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 45, No. 2, (2011), h. 1453-1454

²⁵Wikipedia, "Risiko", dikutip dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Risiko>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

akan datang, walaupun dengan menggunakan alat canggih dengan metode apapun. Karena segala sesuatu yang akan terjadi di masa depan pada dasarnya penuh dengan ketidakpastian yang tentunya diikuti dengan berbagai risiko didalamnya²⁶.

Allah SWT berfirman dalam QS Al- A'raf (7): 34

وَلِكُلِّ أُمَّةٍ أَجَلٌ ۖ فَإِذَا جَاءَ أَجْلُهُمْ لَا يَسْتَأْخِرُونَ سَاعَةً وَلَا يَسْتَقْدِمُونَ

Terjemahnya:

*“Dan setiap umat mempunyai ajal (batas waktu). Apabila ajalnya tiba, mereka tidak dapat meminta penundaan atau percepatan sesaatpun”*²⁷.

Risiko dapat dibedakan menjadi beberapa bagian²⁸:

- a. Risiko yang terjadi tanpa adanya kesengajaan, seperti pencurian, penggalapan, pengacauan, kebakaran, dan sebagainya.
- b. Risiko yang terjadi akibat kesengajaan sehingga terjadi ketidakpastian guna mendapatkan suatu keuntungan. Contohnya risiko perjudian, utang piutang, dan yang semisal.
- c. Risiko khusus adalah sesuatu yang dapat dengan mudah diketahui penyebabnya. Contohnya tabrakan, jatuhnya pesawat, kapal kandas dan sebagainya.
- d. Risiko yang terjadi akibat berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan Contohnya hari tua dan kematian.
- e. Risiko yang terjadi bukan karena kehendak manusia dan akan banyak orang yang menderita. Contohnya badai tsunami, angin topan, banjir, dan sebagainya.

²⁶Nurma Sari, Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah, *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 60

²⁷Kementerian Agama RI, “Al-Qur’an Tajwid dan Terjemah”, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 282

²⁸Asep Dadan Suganda, Mengurangi Tingkat Risiko Dengan Manajemen Islami *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 6, No. 2, (2015), h. 3-4

Terdapat beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang menceritakan mengenai risiko melalui kisah Nabi Yusuf a.s yang telah dituliskan dalam Al-Qur'an sekitar 14 abad yang lalu²⁹.

Allah SWT berfirman QS. Yusuf (12): 43

وَقَالَ الْمَلِكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعَ سُؤبَاتٍ
خُضْرٍ وَأُخَرَ يَبْسُتٍ ۗ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُؤْيَايَ إِن كُنْتُمْ لِلرُّؤْيَا تَعْبُرُونَ.

Terjemahnya:

“dan raja berkata (kepada orang-orang terkemuka dari kaumnya), sesungguhnya aku bermimpi melihat tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan tujuh bulir lainnya yang lainnya kering. Hai orang-orang yang termuka, terangkanlah kepadaku tentang takwil mimpiku itu, jika kamu dapat menakwilkan mimpi”³⁰.

Adapun jawaban Nabi Yusuf a.s. dalam firman Allah swt QS. Yusuf (12): 47-49

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًا ۗ فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنَّ ۗ بِلَهُ ۗ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا
تَأْكُلُونَ. ثُمَّ يَأْتِي مِنْ ۗ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا
تُحْصِنُونَ. ثُمَّ يَأْتِي مِنْ ۗ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُعَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْصِرُونَ.

Terjemahnya:

“Yusuf berkata, “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum)

²⁹Trimulato, “Manajemen Risiko Berbasis Syariah”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017), h. 97

³⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 445

yang kamu simpan. Kemudian setelah itu akan datang tahun yang padanya manusia diberi hujan (dengan cukup) dan dimasa itu mereka memeras anggur."³¹

Dari kisah nabi Yusuf diatas, dapat diketahui bahwasannya manusia menginginkan adanya suatu kepastian, bukan kemungkinan. Dan dalam kedidupan ini hanya terdapat suatu dzat yang maha pasti, yaitu Allah swt. Apabila seseorang berjuang aar mendapatkan suatu hal yang pasti maka sesungguhnya mereka berada dijalan Allah swt. Karena hanya Allah swt yang pasti, mutlak, stabil, dan tetap.³² Pada ayat lain juga dijelaskan pertimbangan yang penting yang berkenaan dengan pengendalian risiko, antara lain: QS. Al-Luqman (31): 34

إِنَّ اللَّهَ عِنْدَهُ عِلْمُ السَّاعَةِ وَيُنزِلُ الْغَيْثَ وَيَعْلَمُ مَا فِي الْأَرْحَامِ ۗ وَمَا تَدْرِي
نَفْسٌ مَّأَدَا تَكْسِبُ غَدًا ۗ وَمَا تَدْرِي نَفْسٌ بِأَيِّ أَرْضٍ تَمُوتُ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ
خَبِيرٌ.

Terjemahnya:

*“Sesungguhnya Allah, hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana Dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.*³³

Berdasarkan pemaparan yang dijelaskan di atas, maka kesimpulannya adalah tidak satupun manusia yang tidak pernah

³¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 446

³²Supriyo, “Manajemen Risiko Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, Vol. 5, No. 1, (2017), h. 140

³³Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 813

berhadapan dengan malapetaka maupun bencana yang memberikan dampak kerugian dalam hidupnya. Sehingga tidak ada yang dapat dilakukan oleh seorang muslim kecuali berserah diri kepada Allah dengan meyakini bahwa peristiwa terjadi karena Allah baik sebagai teguran, cobaan, maupun azab dari Allah. Segala sesuatunya didasarkan kembali pada qada dan qadar Allah yang berlaku bagi seluruh makhluk-Nya. Sehingga manusia dalam menghadapi segala risiko tersebut hendaknya diiringi dengan doa dan ikhtiar sehingga apabila terdapat musibah maka dapat diminimalisir dampak buruknya. Dimasa mendatang risiko dapat berupa sakit, kecelakaan, sampai pada kematian. Risiko dalam hal bisnis, dapat berupa kerugian akibat kerusakan, kebakaran, kehilangan maupun dampak-dampak buruk lainnya³⁴. Oleh sebab itu, resiko harus ditanggulangi dari sekarang agar tidak menimbulkan suatu hal yang lebih besar lagi dikemudian hari³⁵.

Untuk dapat mengurangi dan mengendalikan risiko yang mungkin akan terjadi dikemudian hari, manusia dapat mempersiapkan segala sesuatunya lebih awal agar dapat meminimalisir dampak yang lebih besar di masa mendatang. Di zaman sekarang ini, ada beberapa cara yang bisa dilakukan yaitu adalah asuransi. Manfaat dan peran lembaga asuransi menjadi topik menarik untuk dibahas karena perasuransian merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki kompetensi dalam hal pengalihan resiko dari pihak bertanggung kepada pihak penanggung³⁶. Prinsip dasar asuransi syariah adalah tabarru" saling menolong dan saling menjaga atas dasar ukhuwah islamiyah antar seluruh peserta yang tergabung dalam asuransi syaria. Asuransi syariah dalam pelaksanaan kegiatannya menerapkan sistem sharing of risk dan juga menggunakan sumbangan, dana tabarru, atau dana

³⁴Muh Fudhail Rahman, Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Al-., Adalah*, Vol. 5, Np. 1, (2011), h. 25

³⁵Nurma Sari, "Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah", *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 60

³⁶Nurma Sari, Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah, *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017), h. 61

hibah. Asuransi syariah dalam hal ini menggunakan akad tabarru' (tolong menolong) dan tijarah yang terdiri dari, wakalah, mudharabah, wadiah dan syirkah yang tidak bertentangan dengan aturan syari³⁷.

H. Minat

Minat menurut bahasa adalah perhatian dan kecenderungan hati akan suatu keinginan. Sedangkan secara terminology minat adalah suatu perangkat mental yang mengarahkan individu dalam menentukan suatu pilihan yang didasari suatu campuran yang terdiri dari perasaan, prasangka, pendirian, harapan ataupun kecenderungan lain yang dapat mempengaruhi sikap seseorang akan sesuatu. Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang akan suatu hal yang dapat menarik perhatian seseorang disertai perasaan senang³⁸.

McCarthy dan Perreault mendefinisikan minat dengan keinginan seseorang akan sesuatu yang terkondisikan selama mereka hidup. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat adalah keinginan kuat seseorang akan sesuatu untuk mendapatkan tujuan yang diinginkannya melalui beberapa evaluasi alternative sehingga hasil dari evaluasi tersebut akan dipilih sesuai objek yang diminatinya³⁹.

Minat timbul akibat adanya pengaruh dari lingkungan masyarakat namun dapat juga dipengaruhi oleh individu itu sendiri.

³⁷Intan Ayu Nur Wegayanti, "Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta", h. 41.

³⁸Dwi Ana Ratna Utami, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah", Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2017), h. 22.

³⁹Dedi Yulianto, "Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung", Lampung: Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2018), h. 29.

Crow & crow, menyatakan bahwa terdapat 3 faktor utama yang mempengaruhi minat yaitu⁴⁰:

1. Faktor dorongan dari dalam individu, contohnya seperti ketika perut kenyang maka akan mendorong seseorang lebih giat untuk bekerja agar mencapai penghasilan. Keingin tahuan seseorang akan sesuatu dapat mempengaruhi seseorang dalam menuntut ilmu, belajar, membaca, melakukan penelitian, dan sebagainya
2. Faktor motivasi social, adalah salah satu factor yang dapat mendorong minat manusia dalam melakukan suatu aktivitas. Misalnya minat terhadap arang-barang branded yang timbul karena ingin mendapat perhatian dari orang lain. Minat untuk menuntut ilmu agar orang lain menghargainya.
3. Faktor emosional atau perasaan. Minat erat kaitannya dengan emosi. ketika seseorang mendapat suatu penghargaan akan sesuatu yang telah dilakukannya, maka akan menimbulkan rasa senang yang dapat memperkuat rasa minat seseorang terhadap aktivitas yang dilakukannya tersebut.

Menurut Wells dan Prensky, minat terbentuk melalui proses antara factor internal dan factor eksternal. Factor internal adalah keyakinan seseorang dalam bertindak yang kemudian mengarahkannya ketujuan yang diinginkan dan mengevaluasi hasil yang telah diperoleh. Factor eksternal adalah norma yang bersifat subjektif dan terbentuk karena adanya kepercayaan terhadap kelompok referensi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat terbentuk dari adanya perpaduan internal untuk meyakini bahwa perilaku seseorang akan berpengaruh dalam mencapai sesuatu yang diinginkan sedangkan eksternal berasal dari kepercayaan seseorang terhadap kelompok referensi⁴¹.

⁴⁰Dwi Ana Ratna Utami, *“Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

⁴¹Dedi Yulianto, *“Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Lampung”*, Lampung:

I. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen dalam Memilih Produk

1. Faktor Jenis Produk

Produk menurut Supranto dan Limakrisna ialah segala hal yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang. Sedangkan Adisaputro menyatakan bahwa Produk merupakan segala hal yang telah menjadi kebutuhan seseorang dan dapat dimanfaatkan serta diperjualbelikan ke pasar agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan. Produk memiliki nilai tersendiri bagi pemakainya hal ini tergantung dari seberapa terpenuhinya kebutuhan seseorang akan produk yang ditawarkan⁴². Menurut Tjiptono dalam memasarkan suatu produk penting bagi perusahaan untuk memperhatikan atribut produk sebelum memasarkan suatu produk.

Unsur-unsur produk yang dipandang penting bagi konsumen sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam mengambil sebuah keputusan disebut atribut produk. Terdapat 3 unsur dalam produk, yaitu 1) Fitur produk (product features); 2) kualitas produk (product quality); 3) desain produk (product design) Kualitas produk adalah sejauh mana produk dapat memberikan kinerja yang baik sesuai fungsinya. Fitur produk adalah sarana yang dapat digunakan untuk membedakan antara produk yang satu dengan produk lainnya (pesaing). Sifat yang khas, unik dan istimewa merupakan suatu hal yang identic dengan fitur prodk. Selain mempertimbangkan factor penampilan, desain produk juga ditujukan untuk memperbaiki kinerja suatu produk, menambah keunggulan bersaing dan mengurangi biaya produksi⁴³.

Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung,(2018), h. 30.

⁴²Santri Zulaicha, Rusda Irawati, Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam, *Jurnal Inovasi Dan Bisnis, Vol. 4, No. 2*, (2016), h. 125.

⁴³Jasa Suatma, Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang, *Jurnal STIE Semarang, Vol. 5, No. 2*,(2013) h. 20.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi menurut Swasta adalah faktor emosional dan faktor rasional. Konsumen yang lebih memperhatikan manfaat suatu komoditas sebagai alat pemuas kebutuhannya merupakan konsumen yang rasional dalam memilih suatu produk. Samuelson dan William menyatakan bahwa seorang konsumen yang rasional akan memaksimalkan utilitas marginal, kepuasan dan kebahagiaan maksimum dari barang yang sudah dibelinya⁴⁴. Kotler dalam hal ini memberikan batasan produk merupakan suatu yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan. Produk dapat berupa suatu benda, rasa, kegiatan orang, tempat, organisasi dan gagasan dimana suatu produk akan mempunyai nilai lebih dimata konsumen, jika memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sejenis⁴⁵. Perusahaan asuransi syariah terdapat berbagai produk yang dapat dibeli oleh masyarakat. Contohnya asuransi untuk investasi, asuransi untuk dana pensiun atau untuk warisan. Disamping berbagai produk yang diciptakan, masyarakat juga butuh pedoman bagaimana memilih produk asuransi, bagaimana cara klaim dan memilih perusahaan yang cocok. Seperti bagaimana asuransi pendidikan, bagaimana peran asuransi agar dana pendidikan efektif untuk masa depan yang lebih baik⁴⁶.

Asuransi yang dapat diandalkan, sehat, amanah dan kompetitif dapat memberikan perlindungan kepada tertanggung atau pemegang polis. Program asuransi adalah program yang di gunakan pada saat belum dibutuhkan. Seperti asuransi kesehatan tidak diberikan apabila kita berada di rumah sakit. Atau asuransi

⁴⁴Santri Zulaicha, Rusda Irawati, Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam, *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, (2016), h. 182.

⁴⁵Gloria Tengor, Lotje Kawet, Sjendry Loindong, Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone, *Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado*, Vol. 16, No. 4, (2016), h. 368.

⁴⁶ Kuart Ismanto, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan, *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 1, (2016), h. 25.

kebakaran tidak boleh mendaftar asuransi pada saat gedung sedang terbakar. Semua ini butuh adanya pedoman agar masyarakat tahu bagaimana berasuransi yang benar⁴⁷.

2. Faktor Harga Premi

Menurut Tjiptono, harga adalah suatu komponen yang memiliki pengaruh dalam menciptakan keuntungan (laba) dalam suatu organisasi atau perusahaan. Harga dapat dikategorikan dengan tarif, premium, sewa, iuran dan lain sebagainya. Bagi suatu perusahaan harga adalah unsur bauran pemasaran yang dapat menjadikan pendapatan dan pemasukan menjadi lebih fleksibel, sehingga harga dapat berubah dalam suatu kondisi tertentu. Sedangkan dari sisi konsumen harga seringkali dijadikan sebagai tolak ukur dalam menilai seberapa besar manfaat yang didapatkan dari harga yang telah ditetapkan⁴⁸. Ibnu Taimiyyah mendefinisikan bahwa harga harus setara. Maksudnya adalah, bahwa dalam penetapan harga harus terjadi kesepadanan antara harga yang ditetapkan dengan manfaat yang diperoleh. Sasaran utama dari harga yang adil atau setara yaitu dengan menjaga keadilan dalam melakukan transaksi antara penjual dan pembeli serta hubungan-hubungan lain dalam suatu masyarakat⁴⁹.

Teori yang digunakan dalam variable ini adalah teori harga menurut Ibnu Taimiyah. Yang mana harga menurut Ibnu Taimiyah yaitu dapat memberikan keuntungan timbal balik dimana produsen mendapatkan laba atau keuntungan yang normal dan konsumen mendapatkan manfaat yang setara dengan harga yang dibayarnya

⁴⁷ Inayatul Ummah, "Pengaruh Financial Consultant (FC) dan Besaran Premi Terhadap Perminataan Asuransi Fund Amani Syariah di Kota Serang" (Studi di Group Agency Vision Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) SERANG)", *Jurnal TSARWAH*, Vol. 1, No. 1, (2016), h. 11-12.

⁴⁸ Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No. 2, (2016), h. 100.

⁴⁹ Mubarroh Azizah, Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam, *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76. (2012), h. 78.

sehingga dapat menghindari terjadinya penindasan atau eksploitasi yang sadapat memberikan keuntungan salah satu pihak dan merugikan pihak lain. Ibn Taimiyyah menghendaki Keadilan dalam bertransaksi yang berhubungan dengan prinsip *la dharar*, yakni mencegah timbulnya perselisihan dan kezaliman antara penjual dan pembeli agar tidak melukai dan tidak merugikan kedua belah pihak⁵⁰. Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-A'raf (7): 85

وَالِي مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا ۗ قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ ۗ قَدْ جَاءَتْكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ۗ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۗ

Terjemahnya:

"Dan (Kami telah mengutus) kepada penduduk Mad-yan saudara mereka, Syu'aib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman"⁵¹.

Dalam asuransi syariah, harga dapat dikategorikan sebagai premi. yang mana, premi dalam asuransi merupakan kewajiban dari para peserta asuransi dimana nantinya premi tersebut akan digunakan sebagai ganti rugi atas kerugian yang diderita peserta asuransi⁵². Besarnya harga premi ditentukan berdasarkan

⁵⁰Euis Amalia, Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 5, No.1, (2013). h.7.

⁵¹Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007), h. 161

⁵²Agus Purnomo, Analisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1,(2017), h. 33

presentase jumlah pertanggungan, yang mana presentase tersebut memberikan gambaran penilaian penanggung akan risiko yang ditanggungnya, penilaian pertanggungan berbeda-beda karena dipengaruhi oleh hukum permintaan dan penawaran. Terdapat factor yang dapat mempengaruhi permintaan konsumen akan suatu produk adalah harga atau premi. Sehingga dalam hal besaran premi dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berasuransi syariah⁵³.

Dalam asuransi syariah, premi merupakan kewajiban bagi nasabah yang terdiri dari dana tabarru dan tabungan. Dana tabungan merupakan dana yang dititipkan oleh peserta asuransi syariah yang ikut serta dalam investasi yang diterapkan oleh pihak perusahaan dan akan mendapat alokasi bagi hasil yang didapat setiap tahunnya dari keikutsertaannya dalam investasi tersebut. Jika salah satu peserta mengajukan klaim manfaat asuransi ataupun klaim nilai tunai, maka dana tabungan beserta alokasinya akan diberikan kepada nasabah yang menderita kerugian. Sedangkan, tabarru⁵⁴ adalah dana hibah yang telah diikhilaskan dan diberikan kepada seluruh peserta asuransi, sehingga apabila terdapat salah satu anggota yang terkena musibah (klaim), maka dana tabarru⁵⁴ yang telah dikumpulkan tersebut akan dipergunakan untuk membantu anggota yang terkena musibah⁵⁴.

Menurut Ali dalam menetapkan harga premi pada asuransi syariah juga dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip yang menjadi acuan dalam menetapkan tarif premi yang disebut ratemaking, yaitu menghitung kontribusi setiap pemegang polis. Untuk itu terdapat prinsip-prinsip dasar dalam menetapkan tariff premi yaitu⁵⁵:

⁵³Muhammad Heri Santoso, *“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning”*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,(2016), h. 4.

⁵⁴Arti Damisa, *“Asuransi Dalam Perspektif Syariah”*, *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 2, No. 2, (2016). h.172

⁵⁵Muhammad Heri Santoso, *“Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi*

- a. Tarif premi memadai
- b. Tarif premi tidak bersifat diskriminatif
- c. Tarif premi yang digunakan tidak berlebih-lebihan
- d. Tarif premi yang digunakan layak atau fleksible
- e. Tarif premi yang digunakan hendaknya dapat mencegah timbulnya kerugian bagi pihak konsumen dan perusahaan.

3.Faktor Promosi

Promosi adalah salah satu media bagi produsen untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen untuk membeli/memilih barang atau jasa. Semakin banyak promosi maka semakin efektif promosi sebuah perusahaan, maka akan lebih banyak lagi konsumen yang mengetahui produk dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan keputusan pemilihan konsumen terhadap produk tersebut⁵⁶

Definisi promosi atau pemasaran syariah adalah bahwa dalam seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah tidak akan terjadi, maka bentuk transaksi apapun dalam bisnis dibolehkan dalam syariat Islam. Karena itu, Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam bisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai pemasaran⁵⁷.

Tujuan Promosi dalam perusahaan⁵⁸, yaitu:

- a. Modifikasi tingkah laku

Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2016), h. 36.

⁵⁶Tjiptono, Fandy, ” *Strategi Pemasaran*”. Andy, Yogyakarta. (2002)

⁵⁷Syakir, Muhammad Sula. “ *Asuransi Syariah (Life And General) Konsep Dan Sistem Operasional*”. Gema Insani Press, Jakarta.(2004)

⁵⁸Wahjono, Imam, Sentot. “*Manajemen Pemasaran Bank*”. Graha Ilmu, Yogyakarta. (2010).

Dengan promosi perusahaan berusaha menciptakan kesan yang baik tentang dirinya dan dengan demikian bisa merubah tingkah laku serta pendapat konsumen tentang produk perusahaan sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk.

b. Memberitahu

Kegiatan promosi dilakukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan perihal suatu produk.

c. Membujuk

Diarahkan terutama untuk mendorong pembelian, sering perusahaan tidak ingin mendapat tanggapan instan dari konsumen, tetapi lebih mengutamakan kesan positif.

Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk interaksi dengan konsumen, memberikan informasi kepada konsumen serta membujuk konsumen untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut selama tidak bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Promosi atau pemasaran yang sudah dilakukan oleh asuransi syariah ialah antara lain:

1. Website
2. Agency-agency pada kantor pemasaran dimasing-masing daerah.
3. Melalui brousur
4. Media cetak
5. Event-event

4. Faktor Persepsi dan Ekspektasi

a. Persepsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu. Menurut para ahli, persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu proses yang diterima stimulus individu

melalui alat reseptor yaitu alat indera.⁵⁹ Persepsi akan terbentuk positif apabila sesuatu hal yang dilihat maupun kejadian yang dialami oleh manusia positif, persepsi akan berbentuk negatif apabila manusia melihat suatu hal tetapi tidak sesuai dengan yang diharapkan. Terbentuknya persepsi dimulai dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar menyentuh, merasakan, dan menerima sesuatu hal yang kemudian seseorang menyeleksi, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang berarti.

Menurut Kotler Persepsi adalah proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti⁶⁰. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses kategorisasi dan interpretasi yang bersifat selektif.

Adapun faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang adalah karakteristik orang yang dipersepsi dan faktor situasional. Ada dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu:⁶¹

- a. Faktor internal: perasaan, sikap, dan kepribadian individu. prasangka, keinginan, atau harapan, perhatian (focus). proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan jua minat, dan motivasi.
- b. Faktor eksternal: latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau tidak asing suatu objek.

⁵⁹ Kuserdyana, *Pemahaman Lintas Budaya dalam Konteks Pariwisata dan Hospitality*. (Bandung: Alfabeta -2011).

⁶⁰ http://www.academia.edu/17137617/Konsep_Persepsi_Ekspektasi_dan_Destinas_i_Pariwisata (diakses pada tanggal 12 Mei 2022).

⁶¹ http://www.academia.edu/20129082/Persepsi_dan_Ekspektasi_Wisatawan (diakses pada tanggal 12 Mei 2022).

b. Ekspektasi

Kata ekspektasi berasal dari bahasa Inggris, yang artinya expectation atau expectancy. Bila diterjemahkan langsung ke dalam bahasa Indonesia berarti harapan atau tingkat harapan. Beberapa ahli mendefinisikan arti ekspektasi secara berbeda. Ekspektasi merupakan keyakinan konsumen bahwa sebuah produk memiliki atribut - atribut tertentu yang diinginkan. Secara sederhana pengertian ekspektasi adalah harapan.⁶² Harapan berasal dari kata hope dan expectation. Hope dan expectation adalah dua kata yang sering membuat kita bingung karena kesamaan dalam konotasinya. sebenarnya ada beberapa perbedaan antara kedua kata dan istilah tersebut. Expectation sering dicirikan untuk sebuah keinginan yang tidak terpenuhi. Di sisi lain hope bukan tentang keinginan yang terpenuhi. Hope selalu mengenai sesuatu yang mungkin terjadi. Sedangkan expectation lebih luas bahkan sebagian besar mengenai sesuatu yang tidak mungkin terjadi (sulit terjadi). Pemahaman ini paling tidak menurut ukuran kondisi seseorang pada saat ini terhadap sesuatu yang diinginkan dapat terjadi di masa depan. ini adalah salah satu perbedaan utama dari keduanya. Hope adalah semua tentang imajinasi yang sangat mungkin terjadi sedangkan expectation sering menyangkut imajinasi yang berlebihan dan sulit terjadi. Expectation adalah pola pikir yang jauh lebih aktif bila dibandingkan dengan hope. Hal ini karena fakta menunjukkan bahwa ketika seseorang berharap (hope) akan sesuatu maka seseorang kadang lebih berserah diri pada takdir (destiny). Sedangkan dalam kasus expectation seseorang mengupayakan segala upaya untuk menggapai atau merealisasikannya. Hasil dari expectation sering membuat kekecewaan sedangkan hope tidak selalu mengakibatkan kekecewaan. Pikiran seseorang berada dalam keadaan atau kesiapan dalam hal hope. Di sisi lain pikiran seseorang tidak dalam keadaan siap untuk menerima kenyataan dalam hal expectation.

⁶² Tjiptono, Fandy: *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset), Edisi 2 – 2012.

5. Faktor Religiusitas

Menurut Glock dan Stark religiusitas merupakan konsep brilian. Karena bukan hanya dilihat melalui satu atau dua dimensi saja, namun lebih dari itu. Dalam islam konsep keberagamaan tidak hanya dilakukan dalam ritual ibadah semata, namun juga dapat diwujudkan melalui aktivitas-aktivitas lainnya karena islam merupakan suatu system yang menyeluruh hal ini dapat mendorong umat islam agar dapat beragama secara menyeluruh pula⁶³. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori religiusitas menurut Ghufron dan Risnawati, bahwa religiusitas merupakan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila individu telah menginternalisasikan ajaran agamanya maka segala sesuatunya dapat mempengaruhi segala tindakan dan pandangan hidupnya⁶⁴.

Untuk mengukur seberaga religious seseorang terhadap suatu agama yang dianutnya dapat diketahui melalui indicator keberagamaan menurut Glock dan Stark dalam Ghufron dan Risnawati yaitu, meaning, belief, daily spiritual experiences dan value. Adapun penjelasan dimensi religiusitas adalah sebagai berikut:⁶⁵

- a. Daily Spiritual Experiences, Dimensi ini lebih mengarah pada dampak dari agama dan spiritual yang dituangkan didalam kehidupan seseorang karena konsep ini lebih kepada persepsi seseorang akan sesuatu dan sangat berhubungan akan hal-hal yang bersifat transenden (Tuhan, dan sifat-sifatNya) sehingga dimensi ini sangat berkaitan dengan pengalaman dibandingkan kognitif.

⁶³ Fauzan Adhim, Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren, *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009), h. 134.

⁶⁴ Puput Tri Hardiyanti, Pengaruh Religiusitas Lingkungan Sekolah Terhadap Konsep Diri Siswa-Siswi di MAN Pakem Sleman, *Jurnal Hisbah*, Vol. 13, No. 1, (2016), h. 88.

⁶⁵ Fauzan Adhim, Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren, *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009), h. 134.

- b. Meaning, diartikan dengan keinginan seseorang untuk hidup bermakna. Kecenderungan untuk dapat hidup bermakna merupakan salah satu bagian terpenting dari karakter manusia, dan apabila hal ini tidak memuaskan manusia atau terhalangi oleh hal-hal diluar keinginan manusia maka akan menimbulkan gejala fisik dan mental. Sehingga dapat dikatakan bahwa manusia pada hakikatnya ingin menjadi orang yang bermanfaat bagi dirinya, orang lain dan berharga di hadapan Tuhan. Dengan adanya keinginan seseorang untuk hidup bermakna maka akan mendorong hasrat seseorang untuk melakukan segala aktivitas agar membuat dirinya berharga dan berarti.
- c. Value, Aspek ini lebih mengarah kepada pengaruh iman seseorang terhadap nilai-nilai kehidupan yang didasari dengan saling tolong menolong, melindungi dan sebagainya dengan menjadikan keimanan dalam beragama sebagai nilai tertinggi.
- d. Belief, merupakan sentral dari religiusitas. Beliefs merupakan keyakinan terhadap konsep-konsep yang dibawa oleh suatu agama seperti dalam islam dikenal istilah rukun iman, yaitu: iman kepada Allah, iman kepada Malaikat, Kitab (Al-Qur'an), Rasul, hari akhir, takdir qodho dan qodar. Iman adalah diucapkan dengan lisan, diyakini dalam hati, dan diamalkan dengan anggota badan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa beliefs atau imana adalah suatu keyakinan yang diucapkan dengan lisan, dihayati dengan hati, dan diamalkan dengan perilaku.

J. Kerangka Berfikir

Pada dasarnya, faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat berwakaf melalui asuransi syariah dipengaruhi oleh jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi serta religiusitas. Sehingga dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisis bagaimana pengaruh factor jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi serta religiusitas akan mempengaruhi minat masyarakat berwakaf pada perusahaan

asuransi syariah di Banda Aceh. Yang digambarkan dalam skema sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis



K. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang yang telah dirumuskan sebelumnya maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Ho : Artinya bahwa tidak adanya pengaruh jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi serta religiusitas terhadap minat masyarakat berwakaf pada asuransi syariah.

Ha : Artinya bahwa adanya pengaruh jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi serta religiusitas terhadap minat masyarakat berwakaf pada asuransi syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif karena penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berupa angka ataupun data yang diambil melalui pengumpulan kata-kata dan kalimat yang dikonveksikan menjadi data berbentuk angka. Dari data yang berbentuk angka itulah diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah.⁶⁶

a.1. Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan latar masalah yang akan di teliti, maka pendekatan penelitian ini termasuk pada penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung di lapangan. Penulis mengumpulkan data dan informasi langsung melalui para responden nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga, Prudential, dan Sun Life.

a.2. Tujuan dan Arah Penelitian

Arah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deksriptif. Dengan kata lain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, tentang hubungan, kegiatan, sikap, pandangan yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.⁶⁷ Kemudian data yang diperoleh akan dikelola, dianalisis dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori yang telah dipelajari.

⁶⁶Sugiono: *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA. (2014)

⁶⁷Muhammad: *metodologi penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada . (2008)

B. Data dan Teknik Pemerolehannya

b.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi secara langsung oleh para nasabah Asuransi Takaful Keluarga, Prudential, dan Sun life.

b.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Populasi merupakan objek dan subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dan teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Pengambilan sampel yang dilakukan sedemikian rupa sehingga memperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili dan dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.⁶⁸

Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah seluruh nasabah PT. Asuransi Takaful Keluarga sebanyak 789 orang pemegang polis, PT. Prudential 716 orang pemegang polis, dan PT. Sun Life 850 orang pemegang polis total populasi seluruhnya 2.355 orang nasabah. Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini adalah dengan metode *Porpositive Sampling* yaitu pengambilan sampel secara sengaja, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.⁶⁹ Adapun dalam penelitian ini untuk penentuan sampel menggunakan teori *slovin*. Dengan demikian dari jumlah populasi di atas dapat dihitung menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kelonggaran ketelitian sebesar 15% adalah sebagai berikut

⁶⁸Sugiono: *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA. (2014)

⁶⁹lbit

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Presentasi kelonggaran atau ketelitian yang diinginkan

$$n = \frac{2.355}{1 + 2.355(15\%)^2} = 100 \text{ orang}$$

Dari menggunakan rumus diatas peneliti menghasilkan sampel sebesar 35 orang nasabah PT.Asuransi Takaful Keluarga perwakilan Aceh, 30 orang nasabah Prudential perwakilan Aceh, dan 35 orang nasabah Sun Life perwakilan Aceh dari tingkat ketelitian 15%. Maka jumlah inilah yang dijadikan sebagai sampel dan obyek untuk diteliti.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, ada beberapa tehnik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis diantaranya, yaitu :

1. Metode Wawancara

Wawancara digunakan sebagai salah satu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil. Teknik pengupulan data ini berdasarkan pada laporan tentang diri

sendiri atau *self-report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi⁷⁰

2. Metode Angket/ kuesioner

Metode angket atau kuesioner adalah salah satu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan perespon daftar pertanyaan atau pernyataan tersebut. instrumen dalam penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak disediakan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah disediakan.⁷¹

dalam hal ini kuesioner diberikan kepada nasabah Asuransi Takafuk Keluarga 35 orang nasabah, Prudential 30 orang nasabah dan Sun Life 35 orang nasabah. Kuesioner yang digunakan berdasarkan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang peran asuransi dalam memberikan kualitas pelayanannya. Dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan jawaban sebagai berikut⁷²

⁷⁰Sugiono: *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA. (2014)

⁷¹Muhammad: *metodologi penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada . (2008)

⁷²Muhammad: *metodologi penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada . (2008)

Tabel 3.1
Model Skala Likert

No	Pernyataan (pilihan)	Skor /Nilai
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	RR (Ragu- Ragu)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiono, variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.⁷³

d.1. Klasifikasi variabel penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependent disebut juga variabel terikat karena variabel ini terikat pada variabel independen. Perubahan yang terjadi pada variabel dependen ini dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen adalah hasil dari variabel independen perlakuan.

1. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya atau perubahannya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen yaitu: jenis produk, harga premi, promosi, persepsi dan ekspektasi, serta religiusitas (X).

⁷³Sugiono: *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA. (2014)

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen (variabel terikat) yaitu variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat masyarakat (Y).

d.2. Definisi operasional

d.2.a. Variabel Independen (X)

Definisi operasional variabel independen adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Definisi operasional variabel independen dalam penelitian ini meliputi:

1. Jenis Produk

Produk menurut Supranto dan Limakrisna ialah segala hal yang bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan seseorang. Sedangkan Adisaputro menyatakan bahwa Produk merupakan segala hal yang telah menjadi kebutuhan seseorang dan dapat dimanfaatkan serta diperjualbelikan ke pasar agar dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan, dan yang menjadi indikator pada variabel jenis produk adalah :

- a. Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk wakaf yang ada dalam asuransi syariah menarik dan mudah dipahami
- b. Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk wakaf yang ada dalam asuransi syariah lebih meyakinkan karena sesuai dengan ketentuan syariah
- c. Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk asuransi syariah lebih menjamin proteksinya dimasa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional.

2. Harga Premi

Menurut Tjiptono, harga adalah suatu komponen yang memiliki pengaruh dalam menciptakan keuntungan (laba) dalam suatu organisasi atau perusahaan. Harga dapat dikategorikan dengan tarif, premium, sewa, iuran dan lain sebagainya. Indikator yang digunakan untuk variabel harga premi adalah :

- a. Menurut saya tarif premi pada asuransi syariah terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat
- b. Saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah daripada asuransi konvensional karena preminya lebih murah dan tidak terdapat unsur bunga dalam perhitungan tarif premi
- c. Harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh

3. Promosi

Promosi adalah salah satu media bagi produsen untuk menginformasikan atau menarik minat konsumen untuk membeli/memilih barang atau jasa. Semakin banyak promosi maka semakin efektif promosi sebuah perusahaan, maka akan lebih banyak lagi konsumen yang mengetahui produk dari perusahaan tersebut sehingga meningkatkan keputusan pemilihan konsumen terhadap produk tersebut. Indikator yang digunakan untuk variabel Promosi adalah:

- a. Saya mendapatkan informasi Produk Wakaf pada asuransi syariah melalui media social (instagram, facebook, whatsapp dll)
- b. Saya mendapatkan informasi Produk Wakaf pada asuransi syariah melalui media cetak (surat kabar, Majalah, Tabloid dll)
- c. Saya mendapatkan informasi Produk Wakaf pada asuransi syariah dari keikutsertaan saya pada event tertentu yang bekerjasama dengan pihak ketiga

4. Persepsi dan Ekpetasi

Ekspektasi terkait dengan sesuatu yang belum kejadian. Sementara persepsi adalah penilaian saya atas fakta/sesuatu yang sudah terjadi. variabel persepsi dan ekpeptasi adalah:

- a. Persepsi saya pada asuransi syariah terhadap produk wakaf, sangat baik dan sesuai dengan prinsip syariah dan saya memilih produk wakaf
- b. Selama ini asuransi syariah terhindar dari praktik Gharar, Maisir, dan Riba, sehingga saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dalam produk wakaf
- c. Asuransi syariah pruduk wakaf menjadi wadah bagi saya untuk beramal shalih dan saya memiliki polisnya

5. Religiusitas

Menurut Ghufron dan Risnawati, bahwa religiusitas merupakan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Sehingga dapat diartikan bahwa apabila individu telah menginternalisasikan ajaran agamanya maka segala sesuatunya dapat mempengaruhi segala tindakan dan pandangan hidupnya Indikator yang digunakan untuk variabel empati adalah:

- a. Saya menemukan kenyamanan dan rasaaman dalam menggunakan produk wakaf pada asuransi syariah sesuai dengan ajaranagama saya
- b. Menjadi nasabah asuransi syariahmembuat kehidupan saya bermaknaselaras dengan agamsaya
- c. Saya berminat menjadi nasabah asuransisyariah karena saya yakin dan percayabahwa manusia hidup didunia ini tidakakan pernah terhindar dari yangnamanya risiko

d.2.b. Variabel Dependen (Y)

Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang akan suatu hal yang dapat menarik perhatian seseorang disertai perasaan senang, indicator variabel minat;

1. Dorongan dari dalam individu

2. Motivasi social
3. Emosional atau perasaan

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Wakaf Polis pada Asuransi Syariah (X)	Suatu produk pada asuransi syariah yang memberikan manfaat asuransi dan manfaat investasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Produk 2. Harga Premi 3. Promosi 4. Persepsi dan Espetasi 5. Religiusitas 	likert
2	Minat Nasabah (Y)	Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang akan suatu hal yang dapat menarik perhatian seseorang disertai perasaan senang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dorongan dari dalam individu 2. Motivasi social 3. Emosional atau perasaan 	

E. Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan uji statistik dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X + e$$

Keterangan:

- Y : Minat Nasabah
X : Wakaf Polis pada asuransi syariah
a : Konstanta
 β_1 : Parameter

F. Teknik Analisis Data

f.1. Analisis Kuantitatif

Metode analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan digunakan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik. Dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS for Windows* versi 17.

f.2. Analisis Deskriptif

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya mengenai variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan.

f.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah/ validnya suatu kuesioner. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel dan nilai r positif dan signifikan, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya. Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Suatu konstruk/variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai ($alpha$) $> 0,60$.

f.2.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah Untuk mengetahui normalitas residual model regresi pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi uji *Kolmogorov Smirnov* $> 0,05$ ($\alpha=5\%$), maka dapat dinyatakan bahwa residual model regresi terdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah Jika nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual $\geq 0,05$ maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Adanya autokorelasi pada *error* mengindikasikan bahwa ada satu atau beberapa faktor (variabel) penting yang mempengaruhi variabel terikat Y yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi. Autokorelasi sering pula muncul pada kasus dimana data yang digunakan memasukkan unsur waktu (data *time-series*).

Statistik uji yang sering dipakai adalah Durbin-Watson *statistics*. (DW-*statistics*).

Hipotesis untuk Uji Durbin Watson

H_0 : $\rho = 0$ (tidak ada autokorelasi)

H_1 : $\rho \neq 0$ (ada autokorelasi)

Di bawah ini adalah kriteria uji bagi DW-*statistics* untuk kasus uji 2-arah:

- jika $DW < dL$, maka **tolak H_0** , atau
- jika $DW > 4 - dL$, maka **tolak H_0** , atau
- jika $dU < DW < 4 - dU$, maka **terima H_0** , namun jika

jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, maka tidak dapat disimpulkan apakah terjadi autokorelasi atau tidak. Jika demikian, sebaiknya menggunakan statistik uji yang lain.

f.2.3. Analisis Regresi Linier sederhana

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kualitas pelayanan(X) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Rumus persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Nasabah
- X₁ = Wakaf Polis pada asuransi syariah
- β_1 = Koefisien regresi
- a = Konstanta
- E = *error*

f.2.4. Pengujian Model Penelitian

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah:

Taraf signifikansi = 5% (0,05), t tabel = 2,015

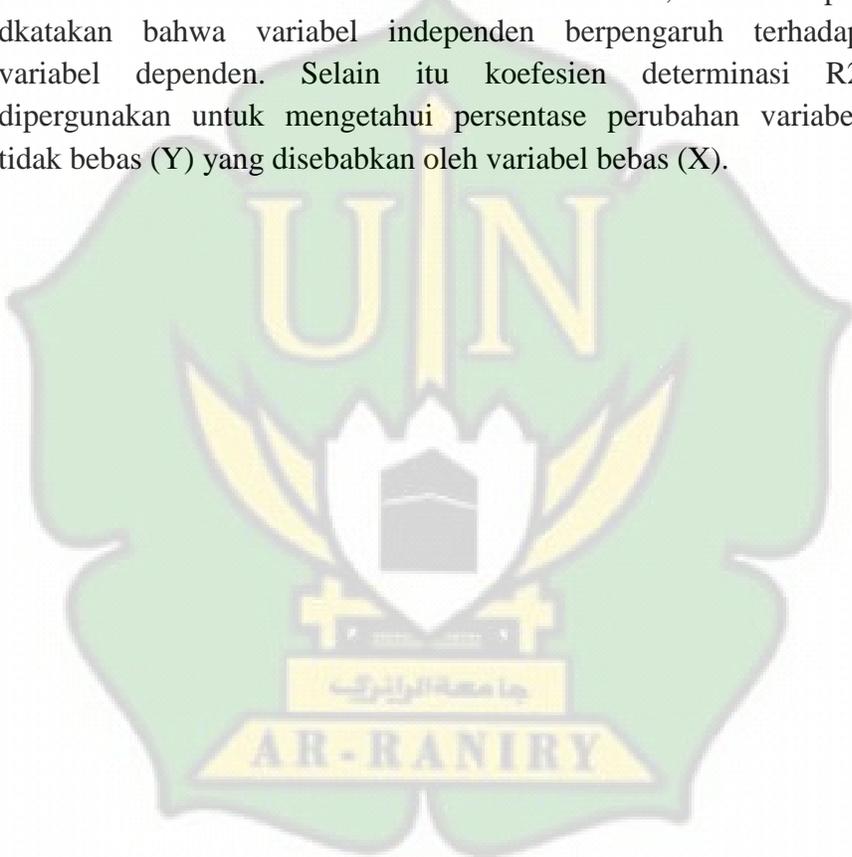
Derajat kebebasan = (n-1-k)

T hitung > T tabel = Ha diterima

T hitung < T tabel = H₀ ditolak

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi R^2 nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi R^2 dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1. Sejarah singkat PT. Asuransi Takaful Keluarga KPM Banda Aceh

Takaful Keluarga adalah pelopor perusahaan asuransi jiwa syariah di Indonesia. Mulai beroperasi sejak tahun 1994, Takaful Keluarga mengembangkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan berasuransi sesuai syariah meliputi perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perencanaan pendidikan anak, perencanaan hari tua, serta menjadi rekan terbaik dalam perencanaan investasi.

Pada 24 Februari 1994 PT Syarikat Takaful Indonesia digagas oleh Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) sebagai perusahaan perintis pengembangan asuransi syariah di Indonesia. Tim TEPATI terdiri atas Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, beberapa pengusaha Muslim Indonesia, serta Syarikat Takaful Malaysia Bhd. (STMB).

PT Asuransi Takaful Keluarga yang bergerak di bidang asuransi jiwa syari'ah didirikan pada 4 Agustus 1994 dan mulai beroperasi pada 25 Agustus 1994, yang ditandai dengan peresmian oleh menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Diikuti dengan pendirian anak perusahaan yang bergerak dibidang asuransi umum syari'ah yaitu PT Asuransi Takaful Umum, yang diresmikan oleh Menristek/ Ketua BPPT Prof. Dr. B. J. Habibie selaku ketua sekaligus pendiri ICMI dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995. Sejak saat itulah Takaful Keluarga dan Takaful Umum bergerak dan berkembang sebagai salah satu perusahaan asuransi syariah di Indonesia.

Pada tahun 1997, salah seorang pemegang saham terbesar melalui penempatan modalnya dan mencapai nilai yang signifikan pada tahun 2004. terbukti di tahun 2009 STMB Berkomitmen untuk terus memperbesar Takaful Keluarga dengan Kepemilikan mayoritas saham syarikat Takaful Indonesia saat ini dikuasai oleh Syarikat Takaful Malaysia Berhad (56,00%) dan Islamic Development Bank (IDB, 26,39%), sedangkan selebihnya oleh permodalan Nasional Madani (PNM) dan Bank muamalat Indonesia serta karya Abdi bangsa dan lain – lain. Dalam rangka meningkatkan kualitas operasional dan pelayanan, Takaful Keluarga telah memperoleh sertifikasi ISO 9001:2008 dari Det Norske Veritas (DNV), Norwegia, pada November 2009 sebagai standar internasional mutakhir untuk sistem manajemen mutu. Takaful Keluarga terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta memiliki tenaga pemasaran yang terlisensi oleh asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dan Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI). Kinerja positif Takaful Keluarga dari tahun ke tahun dibuktikan dengan diraihnya penghargaan-penghargaan prestisius yang diberikan oleh berbagai institusi, diantaranya dari Majalah Media Asuransi, Info Bank, Investor dan lain sebagainya.

Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus memperkuat dan memperluas jaringan layanan di seluruh Indonesia. Peningkatan dan pembaharuan sistem teknologi informasi terus diupayakan demi memberikan pelayanan prima kepada peserta. Dengan pengalaman lebih dari 27 tahun, Takaful Keluarga menjadi pilihan terpercaya dalam menyediakan solusi perlindungan jiwa dan perencanaan investasi sesuai syariah bagi masyarakat Indonesia.

4.1.2. Visi dan Misi PT. Asuransi Takaful Keluarga KPM Banda Aceh

PT. Asuransi Takaful Keluarga cabang Banda Aceh memiliki visi Menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang

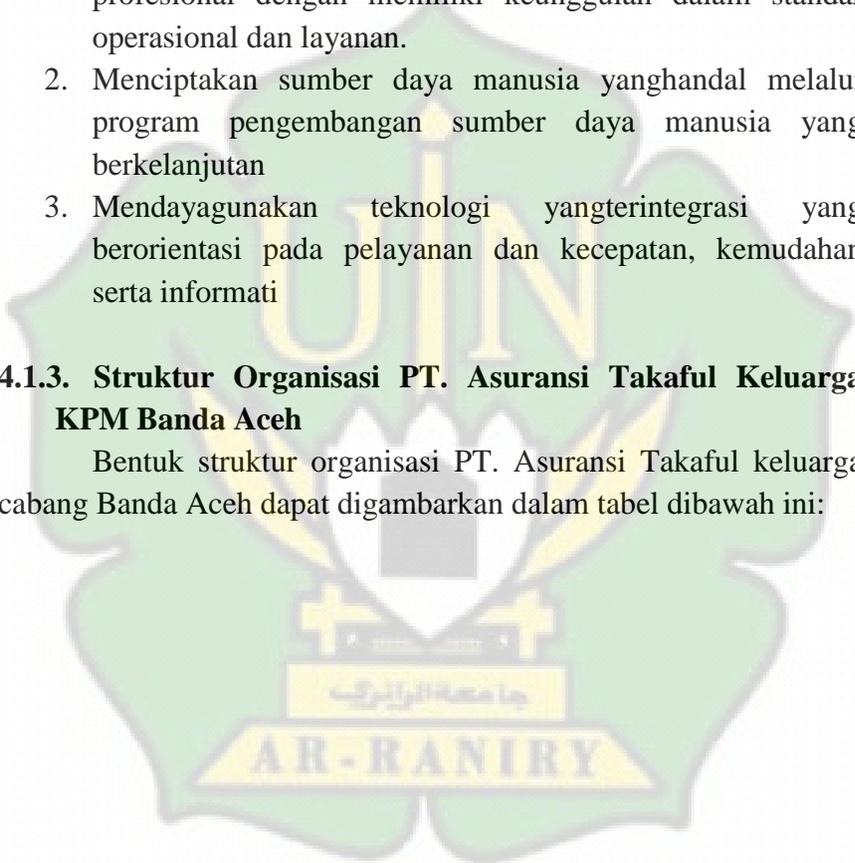
terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat.

PT. Asuransi Takaful Keluarga cabang Banda Aceh memiliki misi sebagai berikut:

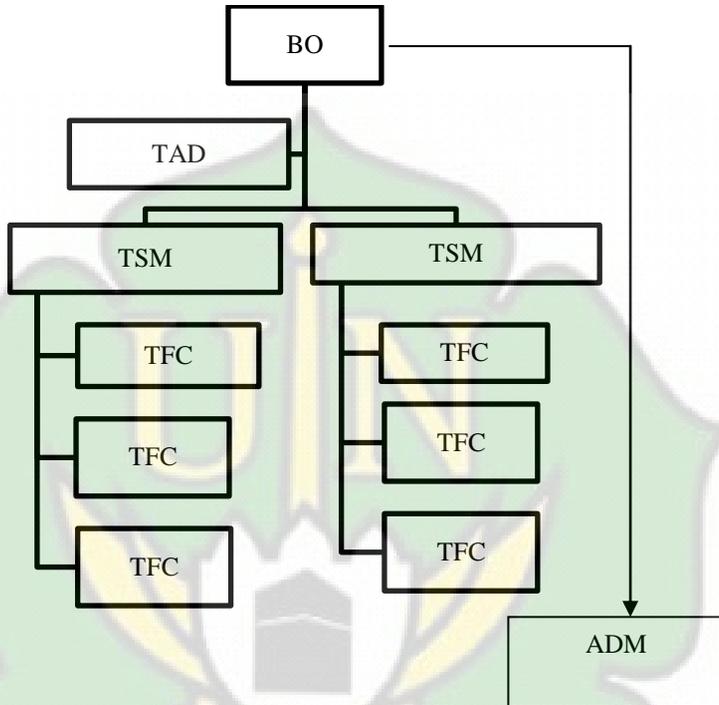
1. Menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan.
2. Menciptakan sumber daya manusia yang handal melalui program pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan
3. Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi yang berorientasi pada pelayanan dan kecepatan, kemudahan serta informati

4.1.3. Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga KPM Banda Aceh

Bentuk struktur organisasi PT. Asuransi Takaful keluarga cabang Banda Aceh dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga
Perwakilan Banda Aceh



Sumber data primer Kantor Pemasaran Mandiri PT Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh, 2022.

Keterangan:

1. BO (Bisnis Owner) adalah pemilik perusahaan takaful keluarga yang memiliki tugas mengaudit kinerja perusahaan takaful keluarga.
2. TAD (*Takaful Agency Director*) adalah yang memiliki beberapa TSM dibawahnya. Tugas TAD yaitu menjadi ketua dari seluruh *agency* dan bertanggung jawab sepenuhnya dikantor *cabang*/perwakilan.
3. TSM (*Takaful Sales Manager*) adalah TFC yang sudah mendapatkan premi 200 juta dan dapat merekrut 5 TFC.

TSM wajib mengajari TFC hingga mendapatkan peserta untuk menjadi nasabah takaful.

4. TFC adalah seseorang yang baru bergabung di bisnis Takaful, disebut *Takaful Finansial Konsultan* (TFC). Tugasnya adalah mengajak masyarakat untuk mengikuti program Takaful sampai terkumpul premi sebesar 200 juta (16,6 juta sebulan). TFC akan dinaikkan level atau tingkat jika ia mampu mengumpulkan premi sebesar 16,6 juta rupiah perbulan atau sebesar 200 juta rupiah pertahunnya.
5. Administrasi adalah kegiatan yang meliputi catat-mencatat, surat-menyurat, pembukuan ringan, ketik-mengetik, agenda, dan sebagainya yang bersifat teknik ketatausahaan.

1.1.4. Produk Wakaf pada PT Asuransi Takaful Keluarga

Produk wakaf pada PT. Asuransi Takaful Keluarga berbeda dengan produk wakaf pada asuransi syariah lainnya, jika produk wakaf pada asuransi syariah lainnya hanya sebagai fictur wakaf yaitu semua produk disandingkan dengan tawaran wakaf baik dana investasinya maupun dari dana manfaat asuransi., maka PT Asuransi Takaful Keluarga memiliki polis tersendiri tentang produk wakaf. Syarat dan ketentuan produk wakaf diatur dalam SK perusahaan tersendiri. berikut spesifikasi produk wakaf pada PT Asuransi Takaful Keluarga;

Speksifikasi Produk Wakaf Polis Pada PT Asuransi Takaful Keluarga

Usia peserta masuk	: 17 tahun – 65 tahun
Usia masuk pemegang polis	: 17 tahun – 65 tahun
Masa Asuransi	: Minimal 5 tahun, maksimal sampai usia 80 tahun
Masa pembayaran kontribusi	: Sampai usia maksimal 80 tahun
Cara bayar kontribusi	: Regular (bulanan, triwulan, semesteran, dan tahunan) dan sekaligus
Mata Uang	: Rupiah
Minimum Kontribusi	: Reguler bulanan Rp 300.000,- triwulan Rp 900.000,- semesteran Rp 1.800.000,- tahunan 3.600.000,- dan sekaligus Rp 12.000.000,-
Manfaat Asuransi	: Manfaat Investasi dan Manfaat Proteksi
Pilihan Jenis Investasi	: Amana (Pasar Uang dan Sukuk) Alokasi investasi pada jenis ini meliputi: Sukuk: 60%-100% Money Market: 0%-40% Optima (Balanced) Alokasi jenis ini meliputi: Equity: 20%-70% Sukuk:10% - 80% Money Market: 0%-40% Ekuita(Balanced Aggressive) Alokasi investasi jenis ini meliputi: Equity: 60%-100% Money Market: 0%-40%

Penerima Wakaf : Nazhir Nazhir yang meliputi perorangan, badan Hukum, Organisasi yang memiliki sertifikat terdaftar di BWI, Ahli waris, dan peserta.

Manfaat hidup : a. Sampai akhir periode akad, akan dibayarkan dana investasi sebesar nilai aktiva bersih sesuai dengan jumlah nilai unit yang dimiliki peserta. Nazir menerima maksimal 33% dari saldo investasi Peserta menerima sisa saldo dana setelah dikurangi manfaat yang diterima nazhir.
b. Withdrawal selama periode akad, akan dibayarkan dana investasi sebesar nilai aktiva bersih sesuai dengan jumlah nilai unit yang dimiliki peserta Nazhir menerima manfaat 33% dari saldo dana investasi Peserta menerima sisa saldo dana setelah dikurangi manfaat yang diterima nazhir.

Manfaat meninggal dunia : Jika peserta meninggal dunia dalam masa asuransi. maka ahli waris atau pihak yang ditunjuk dan nazhir akan menerima manfaat Takaful dan dana

investasi.

1. Manfaat asuransi

a, manfaat asuransi, Nazhir akan menerima manfaat asuransi maksimal 45% dari manfaat Takaful.

b, Ahli waris yang ditunjuk akan menerima sisa saldo dana setelah dikurangi manfaat yang diterima nazhir.

- Manfaat Tambahan : 1. Personal Inseden
2. Payor CI
3. Payor TPD
- Penarikan Dana (withdrawal) : Polis dalam keadaan aktif dan sekurang-kurangnya sudah berusia 1 tahun. Minimal penarikan dana Rp 1.000.000,- Minimal dana mengendap Rp 1.500.000,-
- Pengalihan Dana (switching) : Dapat dilakukan setiap saat Dana diahlikan dapat sebesar 100% atau minimum diahlikan Rp 2.000.000,- Apabila dana yang diahlikan tidak 100% maka dana yang mengendap Rp 1.500.000,-

Besaran manfaat Takaful dapat berupa perkalian dari kontribusi dasar setahun dengan ketentuan minimum dan maksimum sebagai berikut;

Tabel 4.1
Manfaat Takaful

Usia Masuk Peserta	Minimum	Maksimum
17-20 tahun	5 kali	200 kali
21-30 tahun	5 kali	200 kali
31-40 tahun	5 kali	170 kali
41-45 tahun	5 kali	120 kali
46-50 tahun	5 kali	110 kali
51-55 tahun	5 kali	90 kali
56-60 tahun	5 kali	80 kali
61-63 tahun	5 kali	60 kali
64-65 tahun	5 kali	50 kali

Sumber data primer di olah tahun 2022.

4.1.4. Sejarah singkat PT Asuransi Prudential KPM Banda Aceh

PT Asuransi Prudential (Prudential Indonesia) didirikan pada tahun 1995 dan merupakan bagian dari Prudential plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari grup yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Prudential Indonesia sebagai perusahaan di bidang jasa keuangan telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga ini dibentuk dengan tujuan agar keseluruhan kegiatan jasa keuangan di dalam sektor jasa keuangan terselenggara secara teratur, adil, transparan dan akuntabel serta mampu mewujudkan sistem keuangan yang

tumbuh secara berkelanjutan dan stabil dan mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat (Pasal 4 UU OJK). Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa patungan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008.

Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM. 10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007. Sejak peluncuran produk asuransi yang terkait investasi (unit link) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 yaitu meluncurkan produk PRU syariah atau PRU link Syariah sebagai produk Asuransinya.

Sejak itu Prudential Indonesia dikenal dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya. Data terakhir per 31 Desember 2016, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan 6 kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,4 juta nasabah melalui lebih dari 260.000 tenaga pemasar berlisensi di 393 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Aceh, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali. Dalam rangka memasarkan dan memperluas jaringan asuransi Prudential kepada masyarakat, terutama memasarkan produk syariahnya maka diperlukan usaha dengan sungguh-sungguh dan disertai dengan perencanaan.

4.1.5. Visi dan Misi PT Asuransi Prudential KMP Banda Aceh

a. Visi

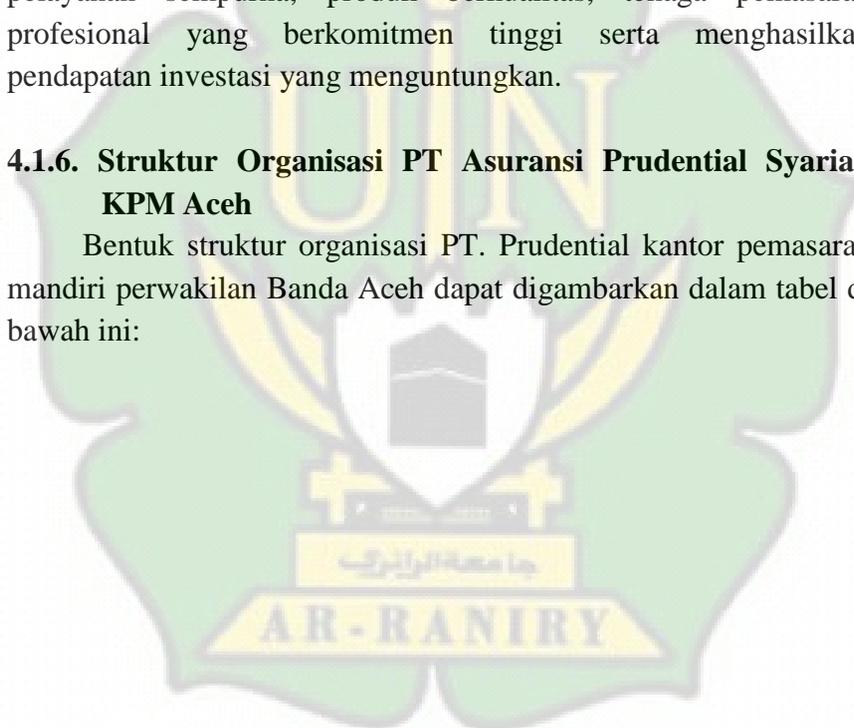
Menjadi agency solid, sehat dan kuat melalui support kantor pemasaran mandiri yang terintegrasi dengan pengelolaan yang profesional.

b. Misi

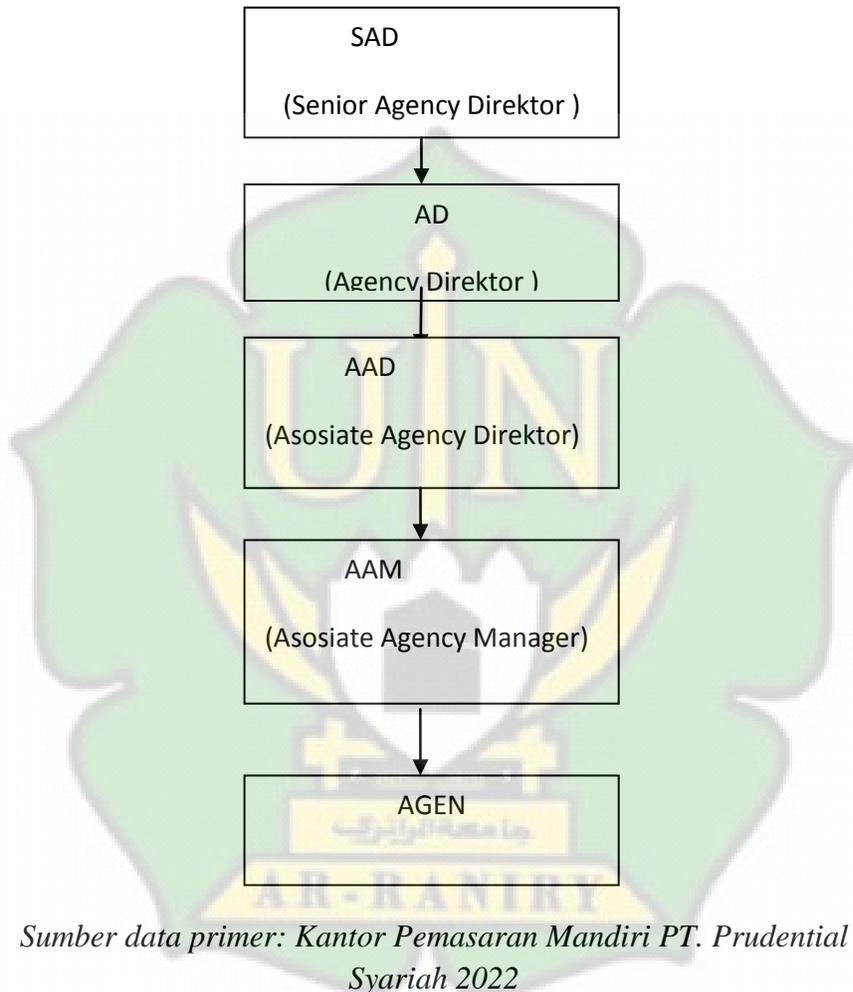
Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

4.1.6. Struktur Organisasi PT Asuransi Prudential Syariah KPM Aceh

Bentuk struktur organisasi PT. Prudential kantor pemasaran mandiri perwakilan Banda Aceh dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini:



Gambar 4.2
Struktur Organisasi KPM PT. Prudential Perwakilan Banda Aceh



Keterangan;

1. SAD adalah Senior Agency Direktor yang menjadi ketua dalam kantor pemasaran mandiri dibawahnya ada agency Direktor dan asosiate agency manager.
2. AD adalah Agency Direktor yang bertugas membina asosiate agencydirector dibawahnya

3. AAD adalah Asosiate Agency Direktor yang memiliki bebera team asosiate agency manager
4. AAM adalah Asosiate agency manager yang bertugas membina para agen untuk mendapatkan nasabah baru.
5. Agen adalah seorang marketing yang mencari nasabah

4.1.7. Sejarah PT. Sun Life Syariah KPM Aceh Besar

Sun Life Financial adalah perusahaan jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan beragam produk manajemen kekayaan dan perlindungan serta pengelolaan keuangan untuk para nasabahnya, baik individu maupun korporasi. Sun Life Financial adalah salah satu perusahaan asuransi yang berdiri pada tahun 1865 di Montreal Kanada, berkantor pusat di Toronto Kanada. Sun Life Financial telah beroperasi selama 150 tahun disejumlah negara besar, seperti Amerika Serikat, Inggris, Irlandia, Hong Kong, Filipina, India, China, dan Bermuda. Masuk ke pasar Asia melalui Hongkong pada tahun 1892, pada saat ini Sun Life Financial berdiri sebagai Kantor Regional Asia. Sun Life Financial hadir di Indonesia pada tahun 1995 dengan terus melakukan berbagai perubahan dalam meningkatkan pelayanannya, dengan mengambil logo visual “Matahari dan Bumi”. Sun Life Financial Indonesia bertekad mewujudkan filosofidari logo tersebut yakni menyinari, menghimpun energi, menciptakan pertumbuhan, terencana dan menepati janji. Padatahun 2009 beroperasi melalui 3 anak perusahaan yaitu PT.Sun Life Financial Indonesia, CIMB Sun Life, PT. Sun Life Indonesia Service.

PT. Sun Life Financial Indonesia dalam memperluas pangsa pasarnya terus berupaya meningkatkan pelayanannya dengan membuka kantor Cabang di wilayah kota besar yang tersebar di seluruh Indonesia diantaranya: Jakarta, Tangerang, Medan, Pekanbaru, Batam, Banda Aceh dan lain sebagainya. Sun Life Financial Indonesia menggunakan system distribusi agency untuk membantu keluarga Indonesia mencapai keamanan financial. Dalam rangka mengembangkan kiprah di bidang asuransi, PT.

SunLife Financial Indonesia mengadakan join venture bersama CIMB Niaga Bank. Pada Desember 2010, Sun Life resmi membuka bisnis dalam konsep syariah serta membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan akan produk asuransi syariah. Sun Life Financial Indonesia terus melakukan sosialisasi kepada nasabah untuk menerima pemahaman yang jelas mengenai konsep syariah yang dilakukan oleh konsultan keuangan, juga memberikan pelatihan dan sertifikasi syariah kepada seluruh agen atau karyawan.

4.1.8. Visi dan Misi PT. Sun Life Syariah KPM Aceh Besar

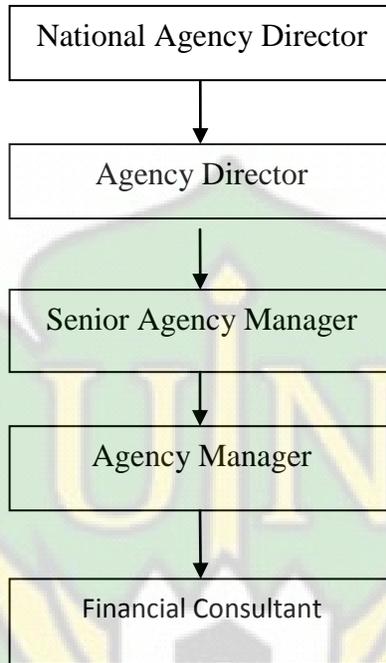
VISI :Menjadi salah satu dari 5 perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia

MISI :Membantu keluarga Indonesia mencapai kesejahteraan dengan keamanan finansial.

4.1.9. Struktur Organisasi PT.Sun Life Financial Syariah

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara setiap bagian secara posisi yang ada pada perusahaan dalam menilai kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang sesuai dengan harapan perusahaan PT.Sun Life Financial Syariah juga memiliki struktur organisasi yang melibatkan seluruh sumber daya yang ada dan yang bertanggung jawab atas maju mundurnya suatu perusahaan, dimana dalam suatu organisasi tersebut bekerja sama sangat diperlukan demi tercapainya tujuan sebagai mana yang diharapkan. Struktur organisasi yang baik dimana setiap komponen yang terealisasi dalam organisasi tersebut mengerti akan tugas, wewenang dan tanggung jawab. Adapun struktur organisasi PT. Sun Life Financial Syariah kantor pemasaran mandiri dapat dilihat di bawah ini :

**Gambar 4.3 Bagan Struktur Organisasi
PT.Sun Life Financial Syariah Perwakilan Aceh**



*Sumber data primer: PT.Sun Life Financial Syariah Perwakilan
Aceh 2022*

4.2. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini penulis menguraikan tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah di Banda Aceh. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh minat masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah di Banda Aceh. Dalam penelitian ini responden yang diteliti sebesar 100 orang nasabah sebagai sampel penelitian dari tiga perusahaan asuransi syariah di Banda Aceh.

Dalam mendeskripsikan profil responden ini maka penelitian ini difokuskan berdasarkan jenis kelamin, usia, latar

belakang pendidikan terakhir dan pekerjaan. Hal ini dapat diuraikan melalui pembahasan berikut:

4.2.1. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Dalam hal ini dapat digolongkan dalam dua kelompok yaitu: laki-laki dan perempuan. Adapun deskripsinya sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	68	68%
Perempuan	32	32%
Jumlah	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.4 mengenai deskripsi profil responden menurut jenis kelamin, ternyata hasil dari data menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 68 orang atau sebesar 68% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang atau sebesar 32%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang terdapat di lembaga asuransi syariah Kantor Pemasran Mandiri di Banda Aceh lebih banyak didominasi oleh laki-laki dibandingkan dengan perempuan.

4.2.2. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responder berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan usia atau umur responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun deskripsinya sebagai berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia /Umur	Frekuensi	Persentase (%)
18-25 tahun	15	15%
26-35 tahun	31	31%
36-45 tahun	39	39%
+ 45 tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai deskripsi profil responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 18 sampai 25 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 15%, responden yang berusia 26 sampai 35 tahun berjumlah 31 orang atau sebesar 31%, responden yang berusia 36 sampai 45 tahun berjumlah 39 orang atau sebesar 39% dan responden yang berusia diatas 45 tahun berjumlah 15 orang atau sebesar 15%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah yang memiliki polis wakaf pada asuransi syariah di Banda Aceh didominasi oleh responden yang berusia 36 sampai 45 tahun dengan jumlah peserta sebanyak 39 orang atau presentasi 39%.

4.2.3. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Deskripsi responder berdasarkan latar belakang pendidikan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan Latar Belakang Pendidikan terakhir. Adapun deskripsinya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi responder berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SLTP	0	-
SLTA	16	16%
Diploma	21	21%
S1	45	45%
S2	11	11%
S3	7	7%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai deskripsi profil responden berdasarkan latar belakang pendidikan terakhir, menunjukkan bahwa responden SLTA berjumlah 16 orang atau sebesar 16%, responden Diploma berjumlah 21 orang atau sebesar 21%, responden S1 berjumlah 45 orang atau sebesar 45%, responden S2 berjumlah 11 orang atau sebesar 11%, responden S3 berjumlah 7 orang atau sebesar 7%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah di asuransi takaful keluarga didominasi oleh responden S1 dengan peserta sebanyak 45 orang persentase 45%.

4.2.4. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Deskripsi responder berdasarkan status perkawinan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan status perkawinan. Dalam hal ini dapat digolongkan dalam dua kelompok yaitu belum menikah dan menikah. Adapun deskripsinya sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi Responder Berdasarkan Status Perkawinan

Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase (%)
Belum Menikah	19	19%
Menikah	43	43%
Cerai Hidup	17	17%
Cerai Mati	21	21%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Berdasarkan hasil tabel 4.7 yaitu deskripsi profil responden berdasarkan status pernikahan, ternyata hasil dari data menunjukkan bahwa responden yang belum menikah berjumlah 19 orang atau sebesar 19%, responden yang sudah menikah sebanyak 43 orang atau sebesar 43%, responden yang cerai hidup sebanyak 17 orang tahun atau sebesar 17% dan responden yang cerai mati sebanyak 21 orang tahun atau sebesar 21%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki polis wakaf pada asuransi syariah di Banda Aceh didominasi oleh responden yang menikah dengan jumlah 43 orang atau sebesar 43%.

4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi responder berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang menjadi nasabah. Adapun deskripsinya sebagai berikut:

Tabel 4.8
Deskripsi Responder Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	7	7%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	29	29%
Pegawai Swasta	19	19%
Wiraswasta	17	17%
Guru/ Dosen	17	17%
Lainnya	11	11%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Berdasarkan hasil dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 7 orang atau sebesar 7%, responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 29 orang atau sebesar 29%, responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, responden yang berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 17 orang atau sebesar 17%, responden yang berprofesi sebagai guru/dosen sebanyak 17 orang atau sebesar 17%. Dan responden yang berprofesi lainnya sebanyak 11 orang atau sebesar 11%. Lalu dapat disimpulkan bahwa nasabah yang memiliki polis wakaf pada asuransi syariah di Banda Aceh didominasi oleh pegawai negeri sipil sebanyak 29 orang atau sebesar 29%.

4.2.6. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

Deskripsi responder berdasarkan penghasilan bulanan bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan identitas responden berdasarkan penghasilan responden yang menjadi nasabah.

Tabel 4.6
Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan

Penghasilan Bulanan	Frekuensi	Persentase (%)
– Rp. 2.000.000	8	8%
Rp. 2.000.000 s/d Rp. 4.000.000	44	44%
Rp. 4.000.000 s/d Rp. 6.000.000	26	26%
+ Rp. 6.000.000	22	22%
Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.6 menunjukkan hasil bahwa nasabah asuransi takaful keluarga yang berpenghasilan bulanan kurang dari Rp. 2.000.000 sebanyak 8 orang atau sebesar 8%, responden yang berpenghasilan bulanan sekitar Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 4.000.000 sebanyak 44 orang atau sebesar 44%, responden yang berpenghasilan bulanan sebesar Rp. 4.000.000 sampai dengan Rp. 6.000.000 sebanyak 26 orang atau sebesar 26% dan yang berpenghasilan bulanan diatas Rp. 6.000.000 sebanyak 22 orang atau sebesar 22%. Dapat disimpulkan bahwa responden nasabah yang memiliki polis wakaf pada asuransi syariah di Banda Aceh didominasi oleh nasabah yang berpenghasilan bulanan sebesar Rp. 2.000.000 sampai dengan Rp. 4.000.000 sebanyak 44 orang atau sebesar 44%.

4.3. Hasil Analisis

4.3.1. Analisis Deskriptif

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independen) dan tingkat kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (dependen). Data dari tiap-tiap variabel

diperoleh dari kuesioner-kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Dengan data sebagai berikut:

1. Wakaf Polis Pada Asuransi Syariah (X)

1. Variabel Jenis Produk

Untuk dapat mengetahui bagaimana jenis produk pada asuransi syariah perwakilan Banda Aceh, dapat dilihat dari tanggapan responden melalui pengisian kuesioner.

Tabel 4.7

Pernyataan X.1, Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk wakaf yang ada pada asuransi syariah menarik dan mudah dipahami.

No	Jawaban Responden	Jumlah	persentase
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	82	82%
3	Ragu-ragu	6	6%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Data pada tabel 4.7 menunjukkan untuk variabel jenis produk, dengan item pernyataan; Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena produk wakaf yang ada pada asuransi syariah menarik dan mudah dipahami, dengan katagori jawaban sangat setuju 8 orang atau 8% dan setuju sebanyak 82 orang atau 82%, ragu-ragu sebanyak 6 orang atau sebesar 6%, katagori tidak setuju 4 orang atau 4% Ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang jenis produk pada asuransi syariah adalah setuju dengan persentase sebesar 82%.

Tabel 4.8

Pernyataan X.2, Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk wakaf yang ada pada asuransi syariah lebih meyakinkan.

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	7	7%
2	Setuju	80	80%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Data pada tabel 4.8 menunjukkan untuk variabel jenis produk, dengan item pernyataan; Saya berminat menjadi nasabah karena produk wakaf yang ada pada asuransi syariah lebih meyakinkan, dengan katagori jawaban sangat setuju 7 orang atau sebesar 7%, jawaban setuju 80 orang atau 80%, ragu-ragu sebanyak 9 orang atau sebesar 9%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden asuransi syariah tentang berminat menjadi nasabah karena produk wakaf sangat meyakinkan nasabah adalah setuju dengan persentase sebesar 80%.

Tabel 4.9

Pernyataan X.3, Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk asuransi syariah lebih menjamin proteksi di masa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	9%
2	Setuju	76	76%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak setuju	6	6%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022.

Data pada tabel 4.9 menunjukkan untuk variabel jenis produk, dengan item pernyataan; Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena menurut saya produk asuransi syariah lebih menjamin proteksi di masa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional dengan kategori jawaban sangat setuju 9 orang atau sebesar 9% dan setuju sebanyak 76 orang atau sebesar 76%, ragu-ragu sebanyak 9 orang atau sebesar 9% dan kategori tidak setuju 6 orang atau sebesar 6% dan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau sebesar 0%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang asuransi syariah lebih menjamin proteksi di masa yang akan datang dibandingkan asuransi konvensional adalah setuju dengan persentase sebesar 76%.

2. Variabel Harga Premi

Tabel 4.10

Pernyataan X.4, jawaban responden tentang Menurut saya tarif premi pada asuransi syariah terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	6	6%
2	Setuju	75	75%
3	Ragu-ragu	14	14%
4	Tidak setuju	5	5
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah 2022.

Data pada tabel 4.10 menunjukkan untuk variabel harga premi, dengan item pernyataan; Menurut saya tarif premi pada asuransi syariah terjangkau bagi seluruh lapisan masyarakat dengan katagori jawaban sangat setuju 6 orang atau sebesar 6% dan setuju sebanyak 75 orang atau sebesar 75%, ragu-ragu 14 orang atau sebesar 14%, tidak setuju 5 orang atau sebesar 5% Ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang tarif premi asuransi syariah terjangkau adalah setuju dengan persentase 75%.

Tabel 4.11

Pertanyaan X.5, Saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dari pada asuransi konvensional karena preminya lebih murah dan tidak terdapat unsur bunga dalam perhitungan tarif premi

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	3%
2	Setuju	84	84%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.11, menunjukkan untuk variabel harga premi, dengan item pertanyaan; Saya lebih tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dari pada asuransi konvensional karena preminya lebih murah dan tidak terdapat unsur bunga dalam perhitungan tarif premi dengan kategori jawaban sangat setuju 5 orang atau sebesar 5%, setuju 81 orang atau 81%, ragu-ragu 9 orang atau 9%, tidak setuju 5 orang atau sebesar 5%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dari pada asuransi konvensional adalah kategori setuju atau sebesar 81%.

Tabel. 4.12

Pertanyaan X.6, Harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	83	83%
3	Ragu-ragu	5	5%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah 2022.

Dari tabel 4.12, menunjukkan untuk variabel harga premi, dengan item pertanyaan; harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dengan katogori jawaban sangat setuju 10 oarang atau sebesar 10%, setuju 83 orang atau 83%, ragu-ragu 5 orang atau 5%, tidak setuju 2 orang atau sebesar 2%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang harga premi yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang saya peroleh adalah katagori setuju atau sebesar 83%.

3. Variabel Promosi

Tabel 4.13

Pertanyaan X.7, Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui media sosial (instagram, facebook, whatsapp dll)

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	5	5%
2	Setuju	84	84%
3	Ragu-ragu	7	7%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.13, menunjukkan untuk variabel promosi, dengan item pertanyaan; Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui media sosial (instagram, facebook, whatsapp dll). Dengan kategori jawaban sangat setuju 5 orang atau sebesar 5%, setuju 84 orang atau 84%, ragu-ragu 7 orang atau 7%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui media sosial (instagram, facebook, whatsapp dll) adalah kategori setuju atau sebesar 84%.

Tabel. 4.14

Pertanyaan X.8, Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah Melalui media cetak (surat kabar, majalah, tabloit dll)

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	3%
2	Setuju	84	84%
3	Ragu-ragu	9	9%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.14, menunjukkan untuk variabel promosi, dengan item pertanyaan; Saya mendapatkan informasi produk wakaf pada asuransi syariah melalui media cetak dengan katogori jawaban sangat setuju 3 oarang atau sebesar 3%, setuju 84 orang atau 84%, ragu-ragu 9 orang atau 9%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Saya mendapatkan informasi produk wakaf pada asuransi syariah melalui media cetak adalah katagori setuju atau sebesar 84%.

Tabel 4.15

Pertanyaan X.9, Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui keikutsertaan saya dalam event tertentu yang bekerjasama dengan pihak ketiga

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	77	77%
3	Ragu-ragu	7	7%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.15, menunjukkan untuk variabel promosi, dengan item pertanyaan; Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui keikutsertaan saya dalam event tertentu yang bekerjasama dengan pihak ketiga dengan katogori jawaban sangat setuju 13 orang atau sebesar 13%, setuju 77 orang atau 77%, ragu-ragu 7 orang atau 7%, tidak setuju 3 orang atau sebesar 3%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Saya mendapatkan informasi produk Wakaf pada asuransi syariah melalui keikutsertaan saya dalam event tertentu yang bekerjasama dengan pihak ketiga adalah katagori setuju atau sebesar 77%.

4. Variabel Persepsi dan Ekspektasi

Tabel. 4.16

Pertanyaan X.10, Persepsi saya pada asuransi syariah terhadap produk wakaf, sangat baik dan sesuai dengan prinsip syariah dan saya sudah memiliki polis wakaf

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	6	6%
2	Setuju	83	83%
3	Ragu-ragu	7	7%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.16, menunjukkan untuk variabel persepsi dan ekspektasi, dengan item pertanyaan; Persepsi saya pada asuransi syariah terhadap produk wakaf, sangat baik dan sesuai dengan prinsip syariah dan saya sudah memiliki polis wakaf, dengan kategori jawaban sangat setuju 6 orang atau sebesar 6%, setuju 83 orang atau 83%, ragu-ragu 7 orang atau 7%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Persepsi saya pada asuransi syariah terhadap produk wakaf, sangat baik dan sesuai dengan prinsip syariah dan saya sudah memiliki polis wakaf adalah kategori setuju atau sebesar 83%.

Tabel 4.17

Pertanyaan X.11, Selama ini asuransi syariah terhindar dari praktik Gharar, Maisir, dan Riba, sehingga saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dalam produk wakaf

No	Jawaban Responden	Jumlah	persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	81	81%
3	Ragu-ragu	6	6%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.17, menunjukkan untuk variabel persepsi dan ekspektasi, dengan item pertanyaan; Selama ini asuransi syariah terhindar dari praktik Gharar, Maisir, dan Riba, sehingga saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dalam produk wakaf, dengan kategori jawaban sangat setuju 10 orang atau sebesar 10%, setuju 81 orang atau 81%, ragu-ragu 6 orang atau 6%, tidak setuju 3 orang atau sebesar 3%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Selama ini asuransi syariah terhindar dari praktik Gharar, Maisir, dan Riba, sehingga saya tertarik menjadi nasabah asuransi syariah dalam produk wakaf adalah kategori setuju atau sebesar 81%.

Tabel. 4.18

Pertanyaan X.12, Asuransi syariah pada pruduk wakaf menjadi wadah bagi saya untuk beramal shalih dan saya memiliki polisnya

No	Jawaban Responden	Jumlah	persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	78	78%
3	Ragu-ragu	8	8%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.18, menunjukkan untuk variabel persepsi dan ekspektasi, dengan item pertanyaan; Asuransi syariah pada pruduk wakaf menjadi wadah bagi saya untuk beramal shalih dan saya memiliki polisnya, dengan katogori jawaban sangat setuju 10 orang atau sebesar 10%, setuju 78 orang atau 78%, ragu-ragu 8 orang atau 8%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Asuransi syariah pada pruduk wakaf menjadi wadah bagi saya untuk beramal shalih dan saya memiliki polisnya adalah katagori setuju atau sebesar 78%.

5. Variabel Religiusitas

Tabel. 4.19

Pertanyaan X.13, Saya menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk wakaf pada asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama saya

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	10	10%
2	Setuju	83	83%
3	Ragu-ragu	5	5%
4	Tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.19, menunjukkan untuk variabel religiusitas, dengan item pertanyaan; Saya menemukan kenyamanan dan rasa aman dalam menggunakan produk wakaf pada asuransi syariah sesuai dengan ajaran agama saya, dengan kategori jawaban sangat setuju 10 orang atau sebesar 10%, setuju 83 orang atau 83%, ragu-ragu 5 orang atau 5%, tidak setuju 2 orang atau sebesar 2%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Asuransi syariah pada produk wakaf menjadi wadah bagi saya untuk beramal shalih dan saya memiliki polisnya adalah kategori setuju atau sebesar 83%.

Tabel. 4.20

Pertanyaan X.14, Menjadi nasabah asuransi syariah membuat kehidupan saya bermakna selaras dengan agama saya

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	4	4%
2	Setuju	85	85%
3	Ragu-ragu	7	7%
4	Tidak setuju	4	4%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.20, menunjukkan untuk variabel religiusitas, dengan item pertanyaan; Menjadi nasabah asuransi syariah membuat kehidupan saya bermakna selaras dengan agama saya, dengan katogori jawaban sangat setuju 4 orang atau sebesar 4%, setuju 85 orang atau 85%, ragu-ragu 7 orang atau 7%, tidak setuju 4 orang atau sebesar 4%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang menjadi nasabah asuransi syariah membuat kehidupan saya bermakna selaras dengan agama saya adalah katagori setuju atau sebesar 85%.

Tabel. 4.21

Pertanyaan X.15, Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena saya yakin dan percaya bahwa manusia hidup di dunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko.

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	87	87%
3	Ragu-ragu	0	0%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.21, menunjukkan untuk variabel religiusitas dengan item pertanyaan; Saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena saya yakin dan percaya bahwa manusia hidup di dunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko, dengan katogori jawaban sangat setuju 13 orang atau sebesar 13%, setuju 87 orang atau 87%, ragu-ragu tidak orang yang memilih atau 0%, tidak setuju tidak ada yang memilih atau sebesar 0%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang saya berminat menjadi nasabah asuransi syariah karena saya yakin dan percaya bahwa manusia hidup di dunia ini tidak akan pernah terhindar dari yang namanya risiko adalah katagori setuju atau sebesar 87%.

Tabel 4.22**Rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai variabel X (Produk Wakaf pada asuransi syariah)**

No	pernyataan	Bobot nilai tiap-tiap pernyataan				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	X1	8	82	6	4	0
2	X2	7	80	9	4	0
3	X3	9	76	9	6	0
4	X4	6	75	14	5	0
5	X5	3	84	9	4	0
6	X6	10	83	5	2	0
7	X7	5	84	7	4	0
8	X8	3	84	9	4	0
9	X9	13	77	7	3	0
10	X10	6	83	7	4	0
11	X11	10	81	6	3	0
12	X12	10	78	8	4	0
13	X13	10	83	5	2	0
14	X14	4	85	7	4	0
15	X15	13	87	0	0	0
Total X		117	1222	108	53	0

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.22 di atas, data tersebut dapat dianalisis berdasarkan skoring tiap-tiap jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang telah didapat maka:

Jawaban skor untuk jawaban SS	: 117 x 5	= 585
Jawaban skor untuk jawaban S	: 1.222 x 4	= 4.888
Jawaban skor untuk jawaban RR	: 108 x 3	= 324
Jawaban skor untuk jawaban TS	: 53 x 2	= 106
Jawaban skor untuk jawaban STS	: 0 x 1	= 0
Total		<u>= 5.903</u>

Jumlah skor ideal untuk seluruh item:

Skor tertinggi = $15 \times 5 \times 100 = 7.500$ (SS)

Skor terendah = $15 \times 1 \times 100 = 1.500$ (STS)

Jadi berdasarkan data diatas, maka tingkat persetujuan terhadap kualitas pelayanan adalah : $(5.903 : 7.500) \times 100\% = 79\%$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4.23
Kontinum Produk Wakaf pada Asuransi Syariah

X	STB	TB	CB	B	SB
NILAI	0-20	21-40	41-60	61-80	81-100

Keterangan :

STB : sangat Tidak Baik

TB : Tidak Baik

CB : Cukup Baik

B : Baik

SB : Sangat Baik

Jadi berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat persentase persetujuan responden terhadap variabel Produk Wakaf

pada lembaga asuransi syariah kantor perwakilan Banda Aceh adalah 79% dan terletak pada daerah baik.

2. Minat Masyarakat (Y)

1. Dorongan dari dalam individu

Tabel. 4.24

Pertanyaan Y.1. Saya memiliki dorongan dari diri saya sendiri untuk berwakaf pada asuransi syariah

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	14	14%
2	Setuju	80	80%
3	Ragu-ragu	3	3%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat tidak setuju	0	0
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.24, menunjukkan untuk variabel dorongan dari dalam individu, dengan item pertanyaan, Saya memiliki dorongan dari diri saya sendiri untuk berwakaf pada asuransi syariah, dengan katogori jawaban sangat setuju 14 orang atau sebesar 14%, setuju 80 orang atau 80%, ragu-ragu 3 orang yang memilih atau 3%, tidak setuju 3 orang yang memilih atau sebesar 3%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang Saya memiliki dorongan dari diri saya sendiri untuk berwakaf pada asuransi syariah adalah katagori setuju atau sebesar 80%.

2. Motivasi sosial

Tabel. 4.25

Pertanyaan Y.2. Saya mempunyai motivasi untuk berwakaf khususnya pada asuransi syariah

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	88	88%
3	Ragu-ragu	4	4%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.25, menunjukkan untuk variabel motivasi sosial, dengan item pertanyaan; Saya mempunyai motivasi untuk berwakaf khususnya pada asuransi syariah, dengan kategori jawaban sangat setuju 8 orang atau sebesar 8%, setuju 88 orang atau 88%, ragu-ragu 4 orang yang memilih atau 4%, tidak setuju tidak ada yang memilih atau sebesar 0%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang saya mempunyai motivasi untuk berwakaf khususnya pada asuransi syariah adalah kategori setuju atau sebesar 88%.

3. Emosional atau perasaan

Tabel. 4.26

Pertanyaan Y.3. Saya merasa senang jika dapat berwakaf pada asuransi syariah

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	8	8%
2	Setuju	87	87%
3	Ragu-ragu	4	4%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022.

Dari tabel 4.26, menunjukkan untuk variabel emosional atau perasaan, dengan item pertanyaan; Saya merasa senang jika dapat berwakaf pada asuransi syariah, dengan kategori jawaban sangat setuju 8 orang atau sebesar 8%, setuju 87 orang atau 87%, ragu-ragu 4 orang yang memilih atau 4%, tidak setuju 1 orang yang memilih atau sebesar 1%, ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang saya merasa senang jika dapat berwakaf pada asuransi syariah adalah kategori setuju atau sebesar 87%.

Tabel 4.27

Rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden mengenai variabel Y (Minat Masyarakat)

No	Pernyataan	Bobot nilai tiap-tiap pernyataan				
		SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Y.1	14	80	3	3	0
2	Y.2	8	88	4	0	0
3	Y.3	8	87	4	0	0
Total		30	255	11	3	0

Sumber data primer diolah, 2022.

Dari tabel di atas, data tersebut dapat dianalisis berdasarkan skoring tiap-tiap jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang telah didapat maka:

Jawaban skor untuk jawaban SS	:30 x 5 = 150	
Jawaban skor untuk jawaban S	:255 x 4	= 1.020
Jawaban skor untuk jawaban RR	:15 x 3	= 45
Jawaban skor untuk jawaban TS	:3 x 2	= 6
Jawaban skor untuk jawaban STS	:0 x 1	= 0
Total		<u>= 1.221</u>

Jumlah skor ideal untuk seluruh item:

$$\text{Skor tertinggi} = 3 \times 5 \times 100 = 1.500 \text{ (SS)}$$

$$\text{Skor terendah} = 3 \times 1 \times 100 = 300 \text{ (STS)}$$

Jadi berdasarkan data diatas, maka tingkat persetujuan terhadap kualitas pelayanan adalah : $(1.221 : 1.500) \times 100\% = 81,4\%$

Secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:

Tabel. 4.28
Kontinum Minat Masyarakat

Y	STB	TB	CB	B	SB
NILAI	0-20	21-40	41-60	61-80	81-100

Keterangan :

STB : sangat Tidak Baik

TB : Tidak Baik

CB : Cukup Baik

B : Baik

SB : Sangat Baik

Jadi berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tingkat persentase persetujuan responden terhadap variabel minat masyarakat berwakaf pada lembaga asuransi syariah kantor perwakilan Banda Aceh adalah 81.4% dan terletak pada daerah baik sangat baik.

4.4. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji valid dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} yaitu total *correlation* dengan nilai tabel *rproduct moment*. Jika nilai *correlation* $> r_{\alpha, (df-2)}$ atau p-value $< 0,05$ maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dengan bantuan SPSS diperoleh rangkuman hasil perhitungan uji validitas seperti tercantum pada Tabel 4.1 dengan $r_{0,05, (98)} = 0,1966$.

Tabel 4.29
Uji Validitas

Jenis Produk			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,528	0,1966	Valid
2	0,553		Valid
3	0,592		Valid
Harga Premi			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,648	0,1966	Valid
2	0,621		Valid
3	0,538		Valid
Promosi			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,664	0,1966	Valid
2	0,567		Valid
3	0,641		Valid
Persepsi dan Ekspektasi			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,579	0,196	Valid

2	0,542	6	Valid
3	0,617		Valid
Religiusitas			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,595	0,1966	Valid
2	0,741		Valid
3	0,428		Valid
Minat			
No. Pertanyaan	Correlation Product Momen	r tabel	Keterangan
1	0,677	0,1966	Valid
2	0,496		Valid
3	0,591		Valid

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Indikator instrumen dikatakan reliabel jika mempunyai koefisien *Cronbach Alpha* ≥ 0.60 . Dengan bantuan *software SPSS* diperoleh rangkuman hasil perhitungan uji reliabilitas seperti yang disajikan pada Tabel 4.25.

Tabel. 4.30
Uji Reliabilitas

Item Pertanyaan	<i>Cronbach Alpha</i>
Jenis Produk	0,866
Harga Premi	0,847
Promosi	0,732
Persepsi dan Ekspektasi	0,670
Religiusitas	0,634
Minat	0,683

Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas diatas maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pertanyaan sudah tepat dan konsisten. Sehingga kuisioner dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

4.5. Hasil Analisa Data

Uji Pengaruh dengan Regresi Linier Sederhana

4.5.1. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui normalitas residual model regresi pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai signifikansi uji *Kolmogorov Smirnov* > 0,05 ($\alpha=5\%$), maka dapat dinyatakan bahwa residual model regresi terdistribusi normal.

Tabel 4.31
Uji Asumsi Normalitas

Variabel	Test Statistic	p-value	Keterangan
Jenis Produk	0,075	0,200	Berdistribusi Normal
Harga Premi	0,208	0,200	Berdistribusi Normal
Promosi	0,226	0,200	Berdistribusi Normal
Persepsi & Ekspektasi	0,217	0,200	Berdistribusi Normal
Religiusitas	0,236	0,200	Berdistribusi Normal

Berdasarkan Tabel 4.31 di atas, menunjukkan bahwa uji *Kolmogorov Smirnov* memiliki signifikansi sebesar 0,200. Dari hasil tersebut membuktikan hasil signifikansi $> 0,05$ ($\alpha=5\%$) yang berarti residual model regresi terdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas merupakan suatu pengujian untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang dioperasikan telah mempunyai *variance* yang sama (*homogeny*) atau sebaliknya (*heterogen*). Jika nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual $\geq 0,05$ maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Tabel 4.32
Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.
Jenis Produk	0,578
Harga Premi	0,135
Promosi	0,913
Persepsi & Ekspektasi	0,318
Religiusitas	0,783

Berdasarkan tabel 4.32 didapatkan nilai signifikansi seluru variabel yaitu lebih besar dari 0,05. Artinya tidak terjadi masalah heterikedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Adanya autokorelasi pada *error* mengindikasikan bahwa ada satu atau beberapa faktor (variabel) penting yang mempengaruhi variabel terikat Y yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi. Autokorelasi sering pula muncul pada kasus dimana data yang digunakan memasukkan unsur waktu (data *time-series*). Statistik uji yang sering dipakai adalah Durbin-Watson *statistics*. (DW-*statistics*).

Hipotesis untuk Uji Durbin Watson

H_0 : $\rho = 0$ (tidak ada autokorelasi)

H_1 : $\rho \neq 0$ (ada autokorelasi)

Di bawah ini adalah kriteria uji bagi DW-*statistics* untuk kasus uji 2-arah:

➤ jika $DW < dL$, maka **tolak** H_0 , atau

- jika $DW > 4 - dL$, maka **tolak** H_0 , atau
- jika $dU < DW < 4 - dU$, maka **terima** H_0 , namun jika
- jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, maka tidak dapat disimpulkan apakah terjadi autokorelasi atau tidak. Jika demikian, sebaiknya menggunakan statistik uji yang lain.

Tabel 4.33
Uji Autokorelasi

Variabel	Durbin-Watson
Jenis Produk	1,969
Harga Premi	2,012
Promosi	2,143
Persepsi & Ekspektasi	2,079
Religiusitas	2,141

Dari tabel 4.33 di atas diperoleh nilai dW untuk tiap variabel, dari tabel Durbin Watson dengan $k = 1$ dan $n = 100$, diperoleh nilai $dL = 1.6540$ dan nilai $dU = 1.6944$. karena $Dw > dL$, maka kesimpulan yang diambil adalah terima H_0 , artinya tidak ada autokorelasi.

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik untuk penggunaan metode regresi linier maka dapat disimpulkan bahwa model telah memenuhi asumsi klasik. Sehingga data penelitian dapat dilanjutkan untuk pemodelan regresi linier.

4.5.2. Pengujian Model Penelitian Regresi

a. Uji Signifikansi (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai sig. < 0,05 maka artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel. 4.34
Uji T (Parsial)

Variabel	t-value	Sig.	Keterangan
Jenis Produk	2,272	0,025	Signifikan
Harga Premi	2,201	0,030	Signifikan
Promosi	2,379	0,019	Signifikan
Persepsi & Ekspektasi	2,514	0,014	Signifikan
Religiusitas	3,428	0,001	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. nilai sig. Jenis Produk yaitu $0,025 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Jenis Produk signifikan berpengaruh terhadap variabel Minat.
2. nilai sig. Harga Premi yaitu $0,030 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga Premi signifikan berpengaruh terhadap variabel Minat.
3. nilai sig. Promosi yaitu $0,019 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi signifikan berpengaruh terhadap variabel Minat.
4. nilai sig. Persepsi & Ekspektasi yaitu $0,014 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi & Ekspektasi signifikan berpengaruh terhadap variabel Minat.
5. nilai sig. Religiusitas yaitu $0,001 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas signifikan berpengaruh terhadap variabel Minat.

b. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai *R-squared* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

Tabel 4.35
Koefisien Determinasi

Variabel	R-squared
Jenis Produk	0,050
Harga Premi	0,047
Promosi	0,055
Persepsi & Ekspektasi	0,061
Religiusitas	0,107

Dari output di atas di dapatkan nilai R-squared dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai R-squared Jenis Produk sebesar 0,050 berarti model mampu menjelaskan keberagaman sebesar 5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.
2. Nilai R-squared Harga Premi sebesar 0,047 berarti model mampu menjelaskan keberagaman sebesar 4,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.
3. Nilai R-squared Promosi sebesar 0,055 berarti model mampu menjelaskan keberagaman sebesar 5,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.
4. Nilai R-squared Persepsi & Ekspektasi sebesar 0,061 berarti model mampu menjelaskan keberagaman sebesar 6,1% dan

sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

5. Nilai R-squared Religiusitas sebesar 0,107 berarti model mampu menjelaskan keberagaman sebesar 10,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model.

c. Model Regresi

Model matematis untuk metode regresi linier adalah sebagai berikut.

$$y = \alpha + \beta x$$

Dimana y adalah ekpektasi dari variabel dependen, α adalah konstanta model regresi, β adalah koefisien model regresi, dan x adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap y . Berdasarkan 5 variabel independen diperoleh model sebagai berikut:

$$Y = 9,694 + 0,203X_1$$

$$Y = 9,869 + 0,191X_2$$

$$Y = 9,432 + 0,226X_3$$

$$Y = 9,254 + 0,239X_4$$

$$Y = 8,536 + 0,299X_5$$

Berdasarkan Hasil model diatas diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel minat bernilai 9,694 jika Jenis produk bernilai konstan dan jika variabel Jenis Produk bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,203 kali.
2. Variabel minat bernilai 9,869 jika Harga Premi bernilai konstan dan jika variabel Harga Premi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,191 kali.
3. Variabel minat bernilai 9,432 jika Promosi bernilai konstan dan jika variabel Promosi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,226 kali.

4. Variabel minat bernilai 9,254 jika Persepsi & ekspektasi bernilai konstan dan jika variabel Persepsi & ekspektasi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,239 kali.
5. Variabel minat bernilai 8,536 jika Religiusitas bernilai konstan dan jika variabel Religiusitas bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,299 kali.

4.6. Pembahasan

1. Dari data diatas menunjukkan bahwa produk wakaf berwakaf pada asuransi syariah perwakilan Banda Aceh tergolong dalam keadaan baik, terbukti dari persentase persetujuan responden terhadap variabel indeviden berada pada angka 79%. Dan minat masyarakat berwakaf pada asuransi syariah berada pada nilai 81,4% dan itu Artinya tergolong dalam keadaan sangat baik.
2. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta x$$

Berdasarkan Hasil model di atas diperoleh informasi sebagai berikut:

6. Variabel minat bernilai 9,694 jika Jenis produk bernilai konstan dan jika variabel Jenis Produk bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,203 kali.
7. Variabel minat bernilai 9,869 jika Harga Premi bernilai konstan dan jika variabel Harga Premi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,191 kali.
8. Variabel minat bernilai 9,432 jika Promosi bernilai konstan dan jika variabel Promosi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,226 kali.

9. Variabel minat bernilai 9,254 jika Persepsi & ekspektasi bernilai konstan dan jika variabel Persepsi & ekspektasi bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,239 kali.
10. Variabel minat bernilai 8,536 jika Religiusitas bernilai konstan dan jika variabel Religiusitas bertambah satu satuan maka variabel minat akan bertambah sebanyak 0,299 kali.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Minat masyarakat dalam berwakaf pada perusahaan asuransi syariah sangat baik. hal ini membuat perusahaan asuransi terus berkiprah dalam menjaga amanah nasabah terhadap dananya yang diwakafkan. Dari hasil penelitian tesis ini penulis dapat menyimpulkan.

1. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa jenis produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf dengan nilai t-value 2,272 dan signifikan 0,025, artinya semakin baik produk wakaf yang diberikan maka akan diikuti oleh minat masyarakat secara signifikan.
2. Harga premi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf dengan nilai t-value 2,201 dan signifikan 0,030 artinya semakin baik harga premi yang diberikan maka akan diikuti oleh minat masyarakat secara signifikan.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf dengan nilai t-value 2,379 dan signifikan 0,019 artinya semakin baik promosi yang diberikan maka akan diikuti oleh minat masyarakat secara signifikan.
4. Persepsi dan ekspektasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf dengan nilai t-value 2,514 dan signifikan 0,014 artinya semakin baik persepsi dan ekspektasi yang diberikan maka akan diikuti oleh minat masyarakat secara signifikan.

5. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebagai wadah untuk berwakaf dengan nilai t-value 3,428 dan signifikan 0,001 artinya semakin baik religiusitas yang diberikan maka akan diikuti oleh minat masyarakat secara signifikan

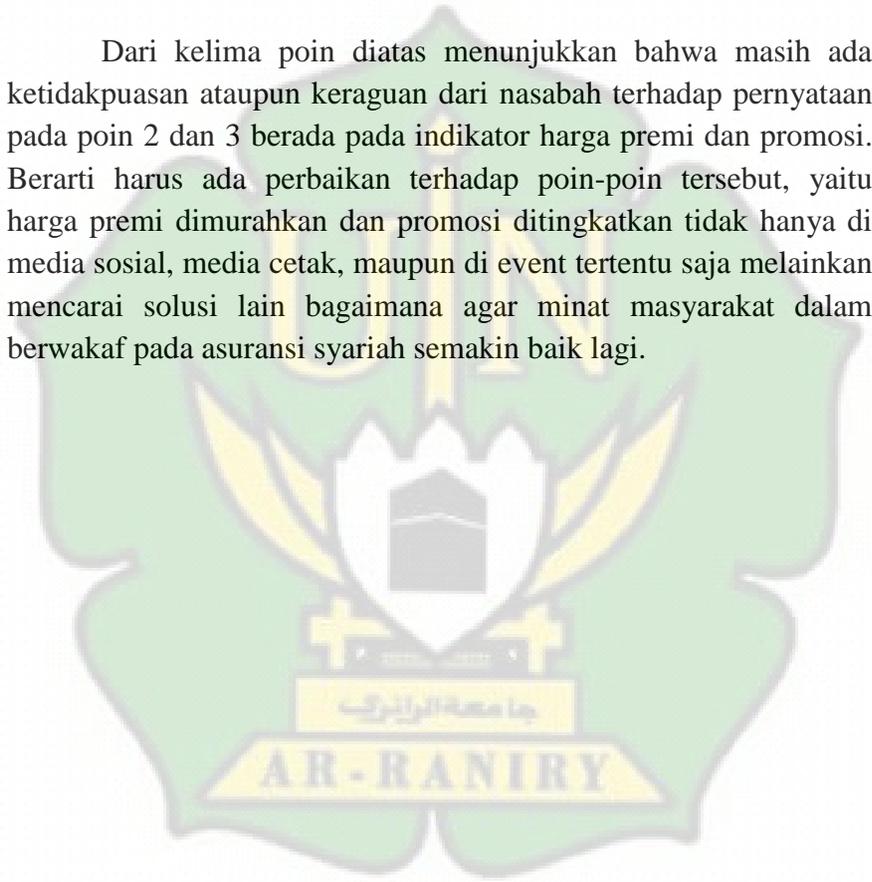
5.2. Saran-saran

Ada beberapa hal yang masih harus diperbaiki dalam melaksanakan perbaikan terhadap produk wakaf pada asuransi syariah dalam rangka mewujudkan minat masyarakat, dilihat dari hasil penelitian ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti:

1. Perusahaan Asuransi Syariah PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Prudential Syariah, dan PT. Sun Life Syariah perwakilan Banda Aceh memiliki Wakaf Polis yang bekerjasama pada Nazir baik yang ada di dalam maupun luar kota Banda Aceh. (pernyataan pertama variabel jenis produk).
2. Baik PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Prudential, dan PT. Sun Life memiliki premi yang murah pada produk Wakaf. (pernyataan kedua variabel Harga Premi).
3. Dalam mempromosi polis Wakaf PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Prudential, PT. Sun Life senantiasa mempromosikan wakaf polisnya di media social, media cetak dan event tertentu. (pernyataan ketiga variabel promosi).
4. Persepsi dan Ekspektasi masyarakat dalam berwakaf melalui asuransi syariah PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Prudential, PT. Sun Life sangat baik. (pernyataan ke empat variabel Persepsi dan Ekspektasi).

5. Minat masyarakat dan nasabah dalam berwakaf pada asuransi syariah PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Prudential, PT. Sun Life tidak terlepas dari sifat religiusitasnya masyarakat yang telah memiliki polis Wakaf tersebut. (pernyataan kelima variabel religiusitas)

Dari kelima poin diatas menunjukkan bahwa masih ada ketidakpuasan ataupun keraguan dari nasabah terhadap pernyataan pada poin 2 dan 3 berada pada indikator harga premi dan promosi. Berarti harus ada perbaikan terhadap poin-poin tersebut, yaitu harga premi dimurahakan dan promosi ditingkatkan tidak hanya di media sosial, media cetak, maupun di event tertentu saja melainkan mencari solusi lain bagaimana agar minat masyarakat dalam berwakaf pada asuransi syariah semakin baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Afdawaiza, Uncertainty (Ketidakpastian) dan Antisipasinya Dalam Perspektif Keuangan Islam, *Jurnal Ilmu Syari'ah dan Hukum*, Vol. 45, No. 2, (2011)
- Agus Cahyo, "*Wakaf Menurut Kacamata Fiqh Kontemporer*" Pusat Ma'had AL- Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, (2019).
- Agus Purnomo, "Analisa Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, (2017).
- Annisa Fitriani, "Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological Well Being", *Jurnal Al-Adyan*, Vol. XI, No. 1, (2016).
- Arga Dimas Saputra, "*Potensi Wakaf Wasiat Polis Asuransi Syariah di Kota Surakarta*," IAIN Surakarta, (2019).
- Arti Damisa, "Asuransi Dalam Perspektif Syariah", *Jurnal At-Tijaroh*, Vol. 2, No. 2, (2016).
- Asep Suryanto, Adah Sa'adah, "Analisis Pengambilan Keputusan Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada BMT Daarut Tauhid Bandung", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. , No. 1, (2019).
- Awliya Afwa, "Analisis Faktor Kelompok Referensi Perilaku Konsumen Dalam Siswa Memilih Bersekolah di SMK Ibnu Taimiyah Pekanbaru", *Jurnal Valuta*, Vol. 3, No. 2, (2017).
- Ayesha Ikke Nurjannah, "*Analisi produk Takafulink Salam Wakaf Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga kantor perwakilan Malang*," UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, (2018).

BPS Aceh, Jumlah Penduduk SP2020, (September 2020).

Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana 2007).

Dahlan, A. A. (2000). *“Esklopedi Hukum Islam”*. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve.

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

Dewi, G. *“Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan & Perasuransian Syariah di Indonesia”*. ED 3. (Depok: Prenada Media, 2017)

Dwi Ana Ratna Utami, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”, Yogyakarta: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2017).

Durhan Ashshofa. *“Metodologi Penelitian Hukum”* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013).

Emzir, *“Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data 9* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012).

Euis Amalia, “Mekanisme Pasar dan Kebijakan Penetapan Harga Adil Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Jurnal Al-Iqtishad*, Vol. 5, No.1, (2013).

Fauzan Adhim, “Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren”, *Jurnal Ekonomi Moderasi*, Vol. 5, No. 2, (2009).

Gloria Tengor, Lotje Kawet, Sjendry Loindong, “Pengaruh Merek, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone”, Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado, Vol. 16, No. 4, (2016)

Gunara dan Sudibyo). “*Marketing Muhammad Strategi Bisnis Nabi Muhammad dalam Memenangkan Persaingan Pasar*”. (Bandung: Takbir Publishing House. 2006).

Haris Hendiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2010).

Hendri Apriyandi, Edy Yulianto, Sunarti, Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 2, (2017).

Herry Ramadhani, “Prospek Dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah Di Indonesia”, *Jurnal Al-Tijary*, Vol. 1, No. 1, (2015).

Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dalam Program IBM SPSS 2”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponogoro, 2013).

Imam Gunawan, “*Pengantar Statistik Inferensial*” (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).

Inayatul Ummah, “Pengaruh Financial Consultant (FC) Dan Besaran Premi Terhadap Permintaan Asuransi Fund Amani Syari’ah Di Kota Serang (Studi di Group Agency Vision

Platinum PT. Zurich Topas Life (ZTL) Serang)", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 1, No. 1, (2016).*

Intan Ayu Nur Wegayanti, Implementasi Maqasid Syariah Dalam Mekanisme Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

Jasa Suatma, Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario di Kota Semarang, *Jurnal STIE Semarang, Vol. 5, No. 2, (2013)*

Kartika, "*Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*". Jakarta: PT Grasindo, (2016).

Kementerian Agama RI, "*Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*", (Bandung: Sygma Examedia Arkanleema, 2007).

Kuat Ismanto, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah Di Pekalongan, *Jurnal Hukum Islam, Vol. 14, No. 1, (2016).*

Leliya dan maya kurniasari, "Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential", Cirebon: Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, *Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 2, No. 2, (2016).*

Lexy J. Moleong. "*Metodologi Penelitian Kualitatif*" (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2009).

Mardalis, "*Metode Penelitian, Suatu pendekatan Proposal Cet Ke-1*" (Jakarta: Bumi aksara 1999).

Mohammad Luthfillah Habibi, "*Membangun Integrated Takaful dan Wakaf Model dalam Upaya Meningkatkan Kemanfaatan*

Pemegang Polis”, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, (2017).

Mubarroh Azizah, “Harga Yang Adil Dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal UNISA*, Vol. XXXIV, No. 76. (2012),

Mudrajat Kuncoro, “Metode Riset Untuk Bisnis &Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis”, (Jakarta: Erlangga, 2013).

Muh Fudhail Rahman, “Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal Al-., Adalah*, Vol. 5, Np. 1, (2011)

Muhammad Heri Santoso, “*Pengaruh Promosi, Premi, Pendapatan Nasabah, Dan Tingkat Pendidikan Nasabah Terhadap Permintaan Asuransi Pada PT Takaful Cabang Gedong Kuning*”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (2016)

Naranda Amadea, “*Analisis Pengaruh Media Komunikasi Terhadap Intensi Masyarakat Dalam Berwakaf Di Wakaf Al-Azhar*,” Universitas Indonesia Jakarta, (2017).

Nurma Sari, “Paradigma Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah”, *Jurnal Investasi Islam*. Vol. 2, No. 2, (2017).

Nur Indriantoro, Bambang Supomo.”*Metode Penelitian Bisnis(untuk akuntan dan manajemen)*” edisi 1 (Yogyakarta: BPFE, 2013).

Puput Tri Hardiyanti, “Pengaruh Religiusitas Lingkungan Sekolah Terhadap Konsep Diri Siswa-Siswi di MAN Pakem Sleman”, *Jurnal Hisbah*, Vol. 13, No. 1, (2016).

- Raden Fandy Frizki, “ *Produk Takafulink Salam Wakaf* “ (Jakarta: PT. Asuransi Takaful Keluarga), (2017).
- Riyono dan Gigih Erlik Budiharja, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati”, *Jurnal STIE Semarang, Vol. 8, No. 2*, (2016)
- Santri Zulaicha, Rusda Irawati, “Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam”, *Jurnal Inovasi Dan Bisnis, Vol. 4, No. 2*, (2016).
- Setori, “ *Metodologi Penelitian Kualitatif*” (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sudaryono, “*Metode Penelitian*”, Ed. 1 (cet. I, Jakarta: Rajawali Pers, 2017)
- Soemitra, “*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*”. (Jakarta: Kencana, 2010)
- Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. (Bandung : Alfabeta, 2010)
- Sula, M. S. (2004). “*Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*”. Jakarta: Gema Insani Press.
- Supriyo, “Manajemen Risiko Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro, Vol. 5, No. 1* (2017).
- Syofian Siregar, “*Metode Riset Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2012).

Tjiptono, Fandy, ” Strategi Pemasaran”. Andy, Yogyakarta. (2002)

Trimulato, “Manajemen Risiko Berbasis Syariah”, *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam, Vol. 1, No. 1*, (2017).

Wahjono, Imam, Sentot. “Manajemen Pemasaran Bank”. Graha Ilmu, Yogyakarta. (2010).

Wikipedia, “Risiko”, dikutip dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Risiko>, (Diakses pada tanggal 19 Oktober 2019)

Wirduyaningsih. (2005). “*Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*”. Jakarta: Prenada Media Group.

