

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

Sebelum penulis melakukan penelitian ini sudah ada beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan. Dalam melakukan penelitian penulis melakukan review penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah pokok penelitian. Dimana review penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai acuan penulis untuk dapat dipelajari lebih lanjut.

Penelitian Pertama Adiaksa (2018), menyatakan bahwa secara parsial, persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 cabang Blitar. Sedangkan minat, motivasi, sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 cabang Blitar. Kemudian penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa persepsi, minat, motivasi, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 cabang Blitar. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh kiptiah (2015), yang menyatakan bahwa kognitif dan konatif mempunyai nilai yang baik terhadap minat berasuransi syariah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adiaksa yaitu sama-sama menggunakan variable bebas kognitif (persepsi), (motivasi), dan afektif (sikap). Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada penambahan variable bebas yang dilakukan oleh Adiaksa yaitu menambahkan variable minat sedangkan penelitian ini menambahkan variable konatif (tindakan). Dan variable terikatnya yang dilakukan oleh Adiaksa yaitu Keputusan Memilih Asuransi Syariah, sedangkan penelitian ini minat pada produk asuransi berbasis syariah. Serta perbedaannya terletak pada objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan antara keduanya. Adiaksa melakukan penelitian di tahun 2018 dengan objek penelitian Masyarakat Non-Muslim di Kota Depok dengan sampel sebanyak 97 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek

penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Kedua Lestari (2015), menyatakan bahwa pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh Rahmawati (2015), yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim dalam membeli produk asuransi jiwa syariah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari yaitu sama sama menggunakan variabel dependen minat berasuransi syariah. Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada variabel independen yang dilakukan oleh Lestari yaitu menggunakan variabel pelayanan , promosi , dan syariah. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan (kognitif), sikap (afektif) dan tindakan (konatif). Serta perbedaannya terletak pada objek penelitian, jumlah sample dan periode pengamatan antara keduanya. Lestari melakukan penelitian di tahun 2015 dengan objek penelitian seluruh nasabah PT Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang dengan sampel sebanyak 81 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Ketiga Kiptiah (2015), menyatakan bahwa respon kognitif dan konatif mempunyai nilai yang baik terhadap minat berasuransi syariah, sedangkan respon afektif tidak mempunyai nilai yang baik terhadap minat berasuransi syariah. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Syihab (2015), yang menyatakan bahwa kognitif dan konatif mempunyai nilai yang baik terhadap manfaat investasi produk mitra amanah, sedangkan respon afektif tidak. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiptiah yaitu sama-sama menggunakan variable bebas kognitif, afektif, dan konatif serta variable terikatnya ialah minat berasuransi syariah. Sedangkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh kiptiah dan penelitian ini yaitu objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan antara keduanya. Kiptiah melakukan penelitian di tahun 2015 dengan objek penelitian pegawai fakultas syariah dan hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan sampel sebanyak 31 responden,

sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Keempat Suryandito (2018), menyatakan bahwa afektif dan konatif memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat non muslim berasuransi syariah, sedangkan kognitif tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim berasuransi syariah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suryandito yaitu sama-sama menggunakan variable bebas kognitif, afektif, dan konatif dan variable terikat minat berasuransi syariah. Sedangkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Suryandito dan penelitian ini yaitu objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan antara keduanya. Suryandito melakukan penelitian di tahun 2018 dengan objek penelitian Masyarakat Non-Muslim di Kota Depok dengan sampel sebanyak 39 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Kelima Khumaini & Husein (2019) yang menyatakan bahwa asuransi syariah adalah usaha untuk saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang yang melalui investasi dalam bentuk aset atau tabarru' yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi dan minat masyarakat terhadap asuransi syariah di Kabupaten Tangerang. Dalam Teknik pengambilan sample ini menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini sumber data yang diperoleh menggunakan data primer dengan cara menyebar kuesioner yang menggunakan metode analisis regresi linier berganda uji asumsi klasik analisis deskriptif, uji t (secara parsial), uji F (secara simultan), dan uji koefisien. Penelitian ini dapat menunjukkan bahwa secara parsial variabel persepsi dan minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap asuransi syariah. Selanjutnya, secara simultan variabel persepsi, dan minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap asuransi syariah di Kabupaten Tangerang dengan level of significance kurang dari 5%. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khumaini dan Husein yaitu sama-sama menggunakan variabel

terikat asuransi syariah. Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada variabel bebas yang dilakukan oleh Khumaini dan Husein yaitu Persepsi dan Minat sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas Pengetahuan (Kognitif), Sikap (Afektif), Tindakan (Konatif) serta objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan antara keduanya. Khumaini dan Husein melakukan penelitian di tahun 2019 dengan objek penelitian Masyarakat di Kabupaten Tangerang dengan sampel sebanyak 88 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Keenam Rahmania (2020), menyatakan bahwa harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah di kota Makassar. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofhian dan Suleman (2017) yang juga menunjukkan bahwa faktor kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmania yaitu sama-sama menggunakan variabel terikat minat masyarakat dalam memilih asuransi berbasis syariah. Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada variabel bebas yang dilakukan oleh Rahmania yaitu harga premi, kelompok referensi, produk dan religiusitas, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas Pengetahuan (Kognitif), Sikap (Afektif), Tindakan (Konatif) serta objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan antara keduanya. Rahmania melakukan penelitian di tahun 2020 dengan objek penelitian masyarakat di kota Makassar dengan sampel sebanyak 150 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Ketujuh Handayani dan Fathoni (2019), menyatakan bahwa persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah yang dilihat dari indikator premi dan promosi masih kurang diketahui oleh responden, sehingga perusahaan asuransi harus lebih mensosialisasikan asuransi syariah ke masyarakat muslim. Sedangkan persepsi tentang syariah dan produk sudah cukup baik diterima oleh responden.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Fathoni yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Persepsi (Kognitif) dan menggunakan variabel terikat asuransi syariah serta menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada penambahan variabel bebas yang dilakukan oleh Handayani dan Fathoni yaitu menambahkan variabel produk, premi, dan promosi sedangkan penelitian ini menambahkan variabel afektif (sikap) dan konatif (tindakan). Serta perbedaannya terletak pada objek penelitian dan periode pengamatan antara keduanya. Handayani dan Fathoni melakukan penelitian di tahun 2019 dengan objek penelitian masyarakat muslim di Jabodetabek, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur.

Penelitian Kedelapan Husain et al (2019), menyatakan bahwa secara parsial persepsi dan minat masyarakat berpengaruh positif signifikan terhadap asuransi syariah. Selanjutnya, variabel persepsi simultan, dan minat publik memiliki efek positif yang signifikan terhadap asuransi syariah di kota Tangerang. Variabel persepsi, dan minat bersama mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 45,7%, dan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Husain et al yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas Persepsi (Kognitif) dan menggunakan variabel terikat asuransi syariah. Sedangkan perbedaan keduanya yang dilakukan oleh Husain et al yaitu menggunakan variabel minat sebagai variabel dependen sedangkan penelitian ini menambahkan variabel afektif (sikap) dan konatif (tindakan). Serta perbedaan diantara keduanya yaitu objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan. Husain et al melakukan penelitian di tahun 2019 dengan objek penelitian komunitas asuransi syariah di kota Tangerang dengan sampel sebanyak 90 responden, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Kesembilan Mbawuni et al (2018), menyatakan bahwa responden muslim memiliki persepsi positif yang signifikan terhadap bank syariah dibandingkan dengan non-muslim dan memiliki niat yang lebih kuat untuk mengadopsi bank syariah di Ghana daripada non-muslim. Non-muslim memiliki

persepsi manfaat bank syariah yang tinggi. Responden non-muslim tidak melihat potensi ancaman kekerasan yang terkait dengan pengenalan bank syariah di Ghana. Meskipun non-muslim menganggap bank syariah yang akan membuat Islam populer, mereka tidak menganggapnya sebagai sarana mengislamkan nasabah bank. Relatif, non-muslim tampaknya memiliki pengetahuan bank syariah yang rendah, sikap yang tidak menyenangkan terhadap bank syariah, enggan untuk mematuhi hukum syariah dan akibatnya memiliki niat yang lebih lemah untuk mengadopsi bank syariah. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mbawuni et al yaitu sama-sama meneliti tentang Persepsi (Kognitif) . Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada jenis penelitian, objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan. Mbawuni et al melakukan penelitian kualitatif di tahun 2018 dengan objek penelitian konsumen muslim dan non muslim terhadap pengenalan Perbankan Islam di Ghana dengan sampel sebanyak 975 responden, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian kuantitatif di tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian Kesepuluh Belwall et al (2018), menyatakan bahwa pelanggan di Oman memiliki perasaan campur aduk tentang bank syariah. Sementara beberapa dari mereka tidak yakin jika bank mengikuti prinsip-prinsip Islam, mayoritas dari mereka belum membuka rekening di bank syariah. Dan juga penelitian ini mengungkapkan beberapa kerentanan di bidang operasi mereka, praktik pemasaran, pengetahuan staf tentang produk dan transaksi pelanggan, serta pemahaman pelanggan tentang bank syariah, prinsip dan praktik mereka. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mbawuni et al yaitu sama-sama meneliti tentang Persepsi (Kognitif). Sedangkan perbedaan keduanya terletak pada jenis penelitian, objek penelitian, jumlah sampel dan periode pengamatan. Belwall et al melakukan penelitian kualitatif di tahun 2018 dengan objek penelitian sekelompok pelanggan di Oman dengan sampel sebanyak 60 responden, sedangkan penelitian ini melakukan penelitian kuantitatif di tahun 2021 dengan objek penelitian nasabah di wilayah Jakarta Timur dengan sampel sebanyak 100 responden.

## 2.2. Landasan Teori

Kita sebagai umat islam dalam memilih produk Usaha Asuransi yang tidak diharamkan dan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadist Nabi serta tidak bertentangan dengan UU, PP, Fatwa MUI maka pilih produk asuransi yang berbasis syariah.

### 2.2.1. Pengertian Asuransi Syariah

Berdasarkan UU No. 2/1992 Pasal 1 Angka 1 yang menyatakan bahwa Asuransi atau Pertanggungjawaban adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan. Sedangkan ruang lingkup Usaha Asuransi, yaitu usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang (Puspitasari, 2015: 1).

Definisi asuransi syariah menurut fatwa DSN (Dewan Syariah Nasional) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau tabbaru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad atau perikatan yang sesuai dengan syariah.

Asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional. Pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling menolong dan melindungi satu dengan yang lain dengan menyisihkan dananya sebagai iuran kebajikan yang disebut *tabarru'*. Jadi sistem ini tidak menggunakan pengalihan risiko (*risk transfer*) di mana tertanggung harus membayar premi, tetapi lebih merupakan pembagian risiko (*risk sharing*) di mana para peserta saling menanggung. Kemudian akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus selaras dengan hukum Islam (syariah),

artinya akad yang dilakukan harus terhindar *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), disamping itu investasi dana harus pada objek yang *halal-thoyyibah* bukan barang haram dan maksiat (Soemitra, 2016:251).

Beberapa definisi di atas dapat dikatakan bahwa asuransi syariah adalah usaha untuk saling menolong dan melindungi antara semua peserta apabila terjadi musibah dengan cara mengumpulkan uang premi yang akan dimasukkan pada dana *tabarru'* (hibah) dengan menggunakan akad akad sesuai syariah dan juga investasi dana di asuransi syariah sesuai dengan objek yang halal bukan yang haram.

### 2.2.1.1. Macam-macam Asuransi

1. Para ahli berbeda pendapat di dalam menyebutkan jenis-jenis asuransi, karena masing-masing melihat dari aspek tertentu.

Puspitasari (2015:3) menyatakan bahwa “**Asuransi ditinjau dari aspek peserta**, maka dibagi menjadi:

- a. Asuransi Pribadi (*Ta'min Fardi*): yaitu asuransi yang dilakukan oleh seseorang untuk menjamin dari bahaya tertentu. Asuransi ini mencakup hampir seluruh bentuk asuransi, selain asuransi sosial.
- b. Asuransi Sosial (*Ta'min Ijtima'T*), yaitu asuransi (jaminan) yang diberikan kepada komunitas tertentu, seperti pegawai negeri sipil (PNS), anggota ABRI, orang-orang yang sudah pensiun, orang-orang yang tidak mampu dan lain-lainnya. Asuransi ini biasanya diselenggarakan oleh pemerintah dan bersifat mengikat, seperti Asuransi Kesehatan (Askes), Asuransi Pensiunan dan Hari Tua (PT Taspen), Astek (Asuransi Sosial Tenaga Kerja) yang kemudian berubah menjadi Jamsostek (Jaminan Sosial Tenaga Kerja), Asabri (Asuransi Sosial khusus ABRI), asuransi kendaraan, asuransi pendidikan dan lain-lain”.

2. Puspitasari (2015:4) menyatakan bahwa “**Asuransi ditinjau dari bentuknya** Jika dilihat dari bentuknya, maka asuransi syariah dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Asuransi *Takaful* atau *Ta'awun*. (*at-Ta'min at Ta'awuni*)
- b. Asuransi Niaga (*at Ta'min at Tijari*) ini mencakup: asuransi kerugian dan asuransi jiwa”.

3. Puspitasari (2015:4) menyatakan bahwa “Asuransi ditinjau dari aspek pertanggung jawaban atau objek yang dipertanggung jawaban

Jika ditinjau dari aspek pertanggung jawaban, maka asuransi syariah dikelompokkan menjadi:

a. Asuransi Umum atau Asuransi Kerugian (*Ta'min al Adhrrar*)

Asuransi Kerugian adalah asuransi yang memberikan ganti rugi kepada tertanggung yang menderita kerugian barang atau benda miliknya, kerugian mana terjadi karena bencana atau bahaya terhadap mana pertanggung jawaban ini diadakan, baik kerugian itu berupa: Kehilangan nilai pakai atau kekurangan nilainya atau kehilangan keuntungan yang diharapkan oleh tertanggung. Penanggung tidak harus membayar ganti rugi kepada tertanggung kalau selama jangka waktu perjanjian obyek pertanggung jawaban tidak mengalami bencana atau bahaya yang dipertanggung jawaban.

b. Asuransi Jiwa (*Ta'min al Askhas*)

Asuransi jiwa adalah sebuah janji dari perusahaan asuransi kepada nasabahnya bahwa apabila si nasabah mengalami risiko kematian dalam hidupnya, maka perusahaan asuransi akan memberikan santunan dengan jumlah tertentu kepada ahli waris dari nasabah tersebut. Asuransi jiwa biasanya mempunyai tiga bentuk:

1) *Term Assurance* (Asuransi Berjangka)

*Term assurance* adalah bentuk dasar dari asuransi jiwa, yaitu polis yang menyediakan jaminan terhadap risiko meninggal dunia dalam periode waktu tertentu.

Contoh Asuransi Berjangka (*Term Insurance*)

a) Usia Tertanggung 30 tahun

b) Masa Kontrak 1 tahun

c) Rate Premi (misalnya): 5 permill/tahun dari Uang Pertanggung jawaban

d) Uang Pertanggung jawaban: Rp.100 juta

e) Premi Tahunan yang harus di bayar:  $5/1000 \times 100.000.000 =$   
Rp.500.000

f) Yang ditunjuk sebagai penerima Uang Pertanggung jawaban: Istri (50%) dan anak (50%)

2) *Whole Life Assurance* (Asuransi Jiwa Seumur Hidup)

Merupakan tipe lain dari asuransi jiwa yang akan membayar sejumlah uang pertanggungan ketika tertanggung meninggal dunia kapan pun. Merupakan polis permanen yang tidak dibatasi tanggal berakhirnya polis seperti pada term assurance. Karena klaim pasti akan terjadi maka premium akan lebih mahal dibanding premi term assurance dimana klaim hanya mungkin terjadi. Polis *whole life* merupakan polis substantif dan sering digunakan sebagai proteksi dalam pinjaman.

3) *Endowment Assurance* (Asuransi Dwiguna)

Pada tipe ini, jumlah uan pertanggungan akan diharapkan pada tanggal akhir kontrak yang telah digunakan.

Contoh Asuransi Dwiguna Berjangka (Kombinasi Term dan Endowment):

1. Usia Tertanggung 30 tahun
2. Masa Kontrak 10 tahun
3. Rate Premi (misalnya): 85 permill/tahun dari Uang Pertanggungan
4. Uang Pertanggungan: Rp. 100 juta
5. Premi yang harus dibayar:  $85/1000 \times 100.000.000 = \text{Rp.}8.500.000$
6. Yang ditunjuk sebagai penerima UP (Uang Pertanggungan): Istri (50%) dan anak pertama (50%)

Bila tertanggung meninggal dunia dalam masa kontrak, maka perusahaan asuransi sebagai penanggung akan membayar uang pertanggungan sebesar 100 juta kepada yang ditunjuk. Bila tertanggung hidup sampai akhir kontrak, maka tertanggung akan menerima uang pertanggungan sebesar 100 juta”.

4. Asuransi ditinjau dari sistem yang digunakan

Jika ditinjau dari sistem yang digunakan, maka aktivitas asuransi dapat dioperasional secara:

- a. Asuransi Konvensional
- b. Asuransi Syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan operator (Puspitasari, 2015:6)

### 2.2.1.2. Prinsip Dasar Asuransi Syariah

Khamis (2010:23) menyatakan bahwa “Takaful atau asuransi syariah dalam menjalankan usahanya bertujuan memberikan perlindungan kepada peserta yang bermaksud menyediakan sejumlah dana bagi ahli warisnya dan atau penerima hibah, wasiat bila peserta tersebut meninggal dunia. Selain itu *takaful* atau asuransi syariah berfungsi pada sebagai penyedia dana yang dapat digunakan untuk berjaga-jaga apabila kesulitan di masa mendatang, akibat sakit, kecelakaan maupun karena sebab lainnya”. Khamis (2010:23) menyatakan bahwa “Takaful atau asuransi memiliki tiga konsep dasar, yaitu:

- a. Saling bertanggung jawab, dimana sesama peserta mampu merasakan bahwa antara satu dengan yang lainnya adalah bersaudara
- b. Saling bekerja sama dan saling membantu, artinya sesama peserta harus semakin meningkatkan kepeduliannya dalam upaya meringankan beban saudara yang lain. Jadi dengan bertakaful, diharapkan azaz kebersamaan akan tercipta dengan sendirinya, sehingga komitmen saling membantu benar-benar tercipta.
- c. Saling melindungi, dimana komitmen membela dan saling mensejahterakan sangat diharapkan tercipta melalui kepesertaannya di takaful atau asuransi syariah”.

### 2.2.1.3. Perbedaan Asuransi Syariah dengan Asuransi Konvensional

Soemitra (2016: 270) menyatakan bahwa “ada beberapa perbedaan asuransi syariah dengan asuransi konvensional adalah sebagai berikut:

1. Asuransi syariah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi produk yang dipasarkan dan pengelolaan investasi dananya. Dewan Pengawas Syariah ini tidak ditemukan dalam asuransi konvensional.
2. Akad pada asuransi syariah adalah akad *Tabarru'* (hibah) untuk hubungan sesama peserta di mana pada dasarnya akad dilakukan atas dasar tolong-menolong (*taawun*). Untuk hubungan antara peserta dengan perusahaan asuransi digunakan akad *tijarah* (*ujrah* atau *fee*), *mudharabah* (bagi hasil), *mudharabah musyarakah*, *wakalah bil ujah* (perwakilan), *wadiah* (titipan). Sedangkan asuransi konvensional akad berdasarkan lebih mirip jual beli (*tabadduli*).

3. Investasi dana pada asuransi syariah berdasarkan bagi hasil (*mudharabah*), bersih dari *gharar*, *maysir* dan *riba*. Sedangkan pada asuransi konvensional memakai bunga (*riba*) sebagai landasan perhitungan investasinya.
4. Kepemilikan dana pada asuransi syariah merupakan hak peserta. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanat untuk mengelolanya secara syariah. Pada asuransi konvensional, dana yang terkumpul dari nasabah (premi) menjadi milik perusahaan. Sehingga, perusahaan bebas menentukan alokasi investasinya.
5. Dalam mekanismenya, asuransi syariah tidak mengenal dana hangus seperti yang terdapat pada asuransi konvensional. Jika pada masa kontrak peserta tidak dapat melanjutkan pembayaran premi dan ingin mengundurkan diri sebelum masa *reversing period*, maka dana yang dimasukan dapat diambil kembali, kecuali sebagian dana kecil yang telah diniatkan untuk *tabarru'* (dihibahkan)
6. Pembayaran klaim pada asuransi syariah diambil dari dana *tabarru'* (dana kebajikan) seluruh peserta yang sejak awal telah diikhlaskan bahwa ada penyisihan dana yang akan dipakai sebagai dana tolong-menolong di antara peserta bila terjadi musibah. Sedangkan pada asuransi konvensional pembayaran klaim diambilkan dari rekening dana perusahaan
7. Pembagian keuntungan pada asuransi syariah dibagi antara perusahaan dengan peserta sesuai prinsip bagi hasil dengan proporsi yang telah ditentukan. Sedangkan pada asuransi konvensional seluruh keuntungan menjadi hak milih perusahaan
8. Asuransi syariah menggunakan sistem *sharing of risk* di mana terjadi proses saling menanggung antara satu peserta dengan peserta lainnya (*ta'awun*) sedangkan pada asuransi konvensional yang dilakukan adalah *transfer of risk*, di mana terjadi pengalihan risiko dari tertanggung (klien) kepada penanggung (perusahaan)
9. Asuransi syariah menggunakan konsep akuntansi *cash basis* yang mengakui apa yang telah ada, sedangkan asuransi konvensional menggunakan sistem akuntansi *accrual basis* yang mengakui aset, biayam kewajiban yang sebenarnya belum ada (padahal belum tentu terealisasikan).

10. Asuransi syariah dibebani kewajiban membayar zakat dari keuntungan yang diperoleh, sedangkan asuransi konvensional tidak”.

#### 2.2.1.4. Pendapat Ulama Mengenai Asuransi

Soemitra (2016:258) menyatakan bahwa “Pada umumnya, alasan-alasan para ulama yang menentang praktik asuransi antara lain:

1. Asuransi adalah perjanjian pertaruhan dan merupakan perjudian semata-mata (*maysir*)
2. Asuransi melibatkan urusan yang tidak pasti (*gharar*)
3. Asuransi jiwa merupakan suatu usaha yang dirancang untuk merendahkan *iradat* Allah
4. Dalam asuransi jiwa, jumlah premi tidak tetap karena tertanggung tidak mengetahui berapa kali bayaran angsuran yang dapat dilakukan olehnya sampai ia mati
5. Perusahaan asuransi menginvestasikan uang yang telah dibayar oleh tertanggung dalam bentuk jaminan berbunga. Dalam asuransi jiwa apabila tertanggung mati, dia akan mendapat bayaran yang lebih dari jumlah uang yang telah dibayar. Ini adalah riba
6. Bahwa semua perniagaan asuransi berdasarkan riba dilarang dalam islam.”

Oleh karenanya, sebagian ulama dapat menerima kehadiran asuransi dengan menghilangkan unsur *gharar*, *maysir*, dan ribanya. Dalam konsep asuransi syariah akad yang dipakai yaitu konsep *taawun* atau tolong-menolong dan saling menjamin. Semua peserta asuransi menjadi penolong dan penjamin satu sama lainnya. Sehingga kalau peserta A meninggal, peserta B, C, sampai Z harus membantunya, demikian sebaliknya. Jadi tidak ada unsur *gharar* (Soemitra, 2016: 259).

Dalam konsep syariah setiap pembayaran premi sejak awal akan dibagi dua. Bagian pertama masuk ke rekening pemegang polis, dan satu lagi dimasukkan ke rekening khusus peserta yang diniatkan *tabarru'* atau sedekah untuk membantu saudaranya yang lain. Dengan demikian, dari rekening khusus inilah klaim peserta diambil dan semua sudah ikhlas memberikannya secara sedekah (Soemitra, 2016: 259).

Masalah riba dieliminir dengan cara memasukkan akad *mudharabah* dan/atau *mudharabah musyarakah* dan akad *wakalah bil ujah* dalam pengelolaan dana. Semua teknik operasional baik penentuan jumlah tanggungan, investasim maupun penempatan dana pihak ketika semua menggunakan instrumen akad syariah yang bebas riba (Soemitra, 2016: 260)

### **2.2.2. Pengertian Tentang Respon**

Sulasmono (1994) dalam Arifiani dan Sjaf (2018:319) menyatakan bahwa “Respon adalah tanggapan yang diberikan oleh seseorang terhadap rangsangan atau stimulus yang dihadapinya. Tanggapan terjadi setelah seseorang memperhatikan, memahami, dan menerima, stimulus yang menghampirinya. Respon itu muncul sebagai perwujudan motif yang timbul setelah seseorang menilai obyek respon”.

Respon merupakan reaksi, jawaban, pengaruh atau akibat dari sebuah proses komunikasi. Respon yang timbul dapat berupa reaksi positif atau negatif yang selalu diberikan seseorang terhadap sebuah objek, peristiwa atau interaksi dengan orang lain (Naibaho, 2016: 4).

Adi (1994) dalam Desrita (2016:10) menyatakan bahwa “Respon pada hakekatnya merupakan tingkah laku balas atau juga sikap yang menjadi tingkah laku balik, yang juga merupakan proses pengorganisasian rangsangan dimana rangsangan-rangsangan proksimal diorganisasikan sedemikian rupa sehingga terjadi representasi fenomena dari rangsangan-rangsangan proksimal tersebut.

Respon atau tanggapan adalah kesan-kesan yang dialami jika perangsang sudah tidak ada. Jadi proses pengamatan sudah berhenti, dan hanya tinggal kesan-kesannya saja. Peristiwa demikian ini disebut dengan tanggapan (Annur,2018:103).

Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang, karena sikap merupakan kecenderungan atau kesiediaan seseorang untuk bertingkah laku kalau ia menghadapi suatu rangsangan tertentu. Jadi berbicara mengenai respon atau tidak respon tidak terlepas dari pembahasan sikap (Desrita, 2016:10).

Beberapa definisi di atas dapat dikatakan bahwa respon adalah tanggapan yang diberikan oleh seseorang yang berupa reaksi positif atau negatif terhadap sebuah objek , peristiwa atau interaksi dengan orang lain yang pada hakekatnya merupakan tingkah laku balas .

### 2.2.2.1. Macam-macam Respon

Respon diklasifikasikan dalam tiga macam yaitu respons kognitif (respon perseptual dan pertanyaan mengenai apa yang diyakini), respon afektif (respon syaraf simpatetik dan pernyataan afeksi), serta respons perilaku atau konatif (respon berupa tindakan dan pernyataan mengenai perilaku) (Fathiyyah dan Rina, 2019:111).

#### 1. Aspek Kognitif

Respon kognitif terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dipersepsi khalayak. Respon ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Komponen kognitif merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap. Kepercayaan datang dari apa yang telah kita lihat atau apa yang telah kita ketahui. Berdasarkan apa yang telah kita lihat itu kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek (Fathiyyah dan Rina, 2019: 112).

#### 2. Aspek Afektif

Respon afektif timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini berhubungan dengan emosi, sikap atau nilai. Respon ini terjadi setelah responden menerima pesan kemudian merasakan perubahan emosi ataupun sikap atas pesan yang disampaikan pada video tersebut. Komponen ini menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu (Fathiyyah dan Rina, 2019: 112).

#### 3. Aspek Konatif

Respon Konatif merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku. Respon ini terjadi setelah responden menerima pesan kemudian melakukan perubahan perilaku secara nyata terhadap pesan yang disampaikan pada video tersebut. Komponen konatif atau perilaku berisi tendensi atau kecenderungan untuk bertindak atau untuk

bereaksi terhadap sesuatu dengan cara – cara tertentu (Fathiyah dan Rina, 2019: 112).

### **2.2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Respon**

Secara umum dapat dikatakan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi respon seseorang, yaitu:

- a. Diri orang yang bersangkutan yang melihat dan berusaha memberikan interpretasi tentang apa yang dilihatnya itu, ia dipengaruhi oleh sikap, motif, kepentingan, dan harapannya
- b. Sasaran respon tersebut, berupa orang, benda, atau peristiwa. Sifat-sifat sasaran itu biasanya berpengaruh terhadap respon orang melihatnya. Dengan kata lain, gerakan, suara, ukuran, tindakan-tindakan, dan ciri-ciri lain dari sasaran respon turut menentukan cara pandang orang.
- c. Faktor situasi, respon dapat dilihat secara kontekstual yang berarti dalam situasi mana respon itu timbul mendapat perhatian. Situasi merupakan faktor yang turut berperan dalam pembentukan atau tanggapan seseorang (Adhianto *et al.*, 2017: 221)

### **2.2.3. Minat**

#### **2.2.3.1. Pengertian Minat**

Minat menurut istilah, penulis kemukakan dari beberapa ahli psikologi sebagai berikut:

- a. Stiggins (1994) dalam Ikbal, (2011:12) menyatakan bahwa “minat merupakan salah satu dimensi dari aspek afektif yang banyak berperan dalam kehidupan seseorang”.
- b. Semiawan (1997) dalam Susilowati, (2010:29) menyatakan bahwa “Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau objek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan kepadanya (satisfiers)”.
- c. Sandjaja (2006) dalam Ikbal, (2011:13) menyatakan bahwa “Minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas dalam bidang tertentu”.

- d. Widyastuti (2004) dalam Ikbal, (2011:12) menyatakan bahwa “minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya”.
- e. Mappiare (1982) dalam Susilowati, (2010:29) menyatakan bahwa “minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, kecendrungan lain yang mengarahkan individu terhadap pilihan tertentu”.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli psikologi diatas maka dapat dikatakan bahwa minat adalah sesuatu yang sesuai dengan keinginan dan memberikan kepuasan kepadanya sehingga memberikan perasaan yang senang (positif). Apabila sesuatu itu dianggapnya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan atau menyenangkan baginya maka sesuatu itu akan dilaksanakan ataupun diusahakan. Namun sebaliknya, apabila sesuatu itu tidak menyenangkan maka sesuatu itu tidak akan dilaksanakan atau diusahakan.

#### **2.2.3.2. Unsur-unsur Minat**

Minat mengandung unsur-unsur kognisi (mengenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Oleh sebab itu, minat dapat dianggap sebagai respon yang sadar, sebab kalau tidak demikian, minat tidak akan mempunyai arti apa-apa (Sirait, 2016: 38)

Unsur kognisi maksudnya adalah minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai obyek yang dituju oleh minat tersebut unsur emosi, karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai oleh perasaan tertentu, seperti rasa senang, sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari unsur kognisi. Dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat untuk melakukan suatu (Sirait, 2016: 38).

### **2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian**

#### **2.3.1. Pengaruh Kognitif Terhadap Minat Asuransi Berbasis Syariah**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (2021) “Kognitif adalah berhubungan dengan atau melibatkan kognisi; berdasar kepada pengetahuan faktual yang empiris”. Kognitif (Pengetahuan) berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap apa yang dipahami atau dipersepsikan oleh khayalak.

Penelitian Kiptiah (2015) menunjukkan bahwa respon kognitif mempunyai nilai yang baik terhadap minat berasuransi syariah. Jika dihitung secara keseluruhan (Uji F) mempunyai nilai yang baik dan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependennya. Sedangkan penelitian dari Suryandito (2018) menunjukkan bahwa secara parsial variabel afektif dan konatif memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat non muslim berasuransi syariah, sedangkan variabel kognitif tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat non muslim minat berasuransi syariah.

H<sub>1</sub> : Respon Kognitif (Pengetahuan) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

#### **2.3.2. Pengaruh Afektif Terhadap Minat Asuransi Berbasis Syariah**

Respon afektif berhubungan dengan emosi, sikap dan nilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khayalak terhadap sesuatu.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Adiaksa (2018) menunjukkan bahwa persepsi, minat, motivasi, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 cabang Blitar. Hal ini berarti keputusan memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 cabang Blitar dipengaruhi oleh persepsi, minat, motivasi, dan sikap, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Syihab (2015) menunjukkan bahwa respon nasabah terhadap manfaat investasi yang diukur dengan tiga variabel (kognitif, afektif, dan konatif) secara parsial (uji t) menunjukkan variabel kognitif (1,973>1,688), afektif (1,024<1,688), konatif (1,749>1,688), hal ini menunjukkan

bahwa respon kognitif dan konatif mempunyai nilai yang baik terhadap manfaat investasi produk mitra amanah, sedangkan respon afektif tidak.

H<sub>2</sub> : Respon Afektif (Sikap) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

### **2.3.3. Pengaruh Konatif Terhadap Minat Asuransi Berbasis Syariah**

Respon yang berhubungan dengan perilaku nyata, meliputi tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku. Dengan kata lain respon ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Suryandito (2018) bahwa perolehan hasil analisa tersebut diolah dengan menggunakan program Versi 22.00. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel afektif dan konatif memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat non muslim berasuransi Syariah.

H<sub>3</sub> : Respon Konatif (Tindakan) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

### **2.4. Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan hubungan antar variabel penelitian diatas, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Respon Kognitif (Pengetahuan) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

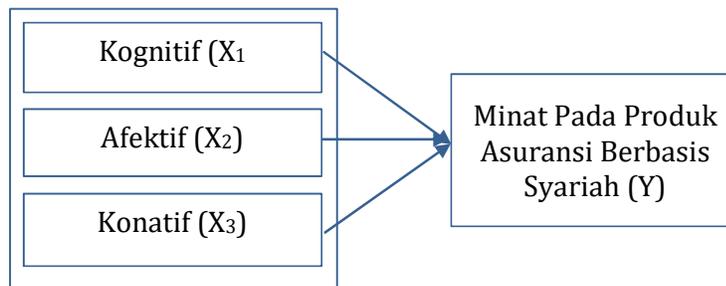
H<sub>2</sub> : Respon Afektif (Sikap) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

H<sub>3</sub> : Respon Konatif (Tindakan) mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat berasuransi syariah

### **2.5. Kerangka Konseptual Penelitian**

Kerangka berfikir digunakan sebagai acuan agar peneliti memiliki arah penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**



Keterangan:

Pengaruh Parsial  $\longrightarrow$

1. Variabel bebas (*independent variable*)  
Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi Respon Kognitif, Respon Afektif, Respon Konatif sebagai variabel X yang merupakan variabel bebas (*Independent Variable*).
2. Variabel terikat (*dependent variable*)  
Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi minat berasuransi syariah sebagai variabel Y yang merupakan variabel terikat (*dependent variable*).