

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Asuransi Syari'ah

2.1.1.1 Pengertian Asuransi Syari'ah

Secara bahasa, asuransi syari'ah berasal dari bahas arab, yang diterjemahkan dalam beberapa istilah, yaitu *ta'min*, *takaful*, atau *tadhamun*. Menurut Dewan Syari'ah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001, asuransi syari'ah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantar sejumlah orang melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko atau bahaya tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariat islam, yaitu tidak mengandung unsur *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap) (Tamara, 2019).

Deifinisi asuransi di Indonesia telah ditetapkan dalam undang-undang No.2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian sebagaimana pasal 1 ayah (1): "Asuransi atau pertanggungangan adalah perjanjian anatar dua belah 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 di dapatkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan (Putra, 2015).

Definisi asuransi juga terdapat pada KUHD dalam Bab 9 pasal 246 yang berbunyi: Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian dimana seorang penanggung mengikat diri kepada seseorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak menentu (Maharani et al., 2015).

Asuransi syari'ah merupakan suatu system dimana nasabah asuransi akan menghibahkan seluruh atau sebagian kontribusi yang dibayarnya dan kontribusi yang telah mereka bayar tersebut akan digunakan untuk membayar klaim atas musibah yang dialami oleh sebagian peserta. Dalam asuransi syari'ah, hubungan antara peserta yang satu dengan peserta yang lainnya disebut dengan pembagian risiko yang artinya saling memikul risiko. Sehingga apabila salah satu peserta mengalami klaim, maka seluruh nasabah yang bergabung dalam asuransi syari'ah akan saling tanggung menanggung sesama peserta (Rahmania, 2020).

2.1.1.2 Prinsip-Prinsip Asuransi Syari'ah

Perusahaan asuransi syari'ah pada hakikatnya adalah sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat untuk memberikan perlindungan kepada pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian akibat suatu peristiwa yang tidak terduga. Perusahaan asuransi diberi kepercayaan (amanah) oleh para peserta untuk mengelola premi, mengembangkan dengan jalan yang halal, memberikan santunan kepada yang mengalami musibah sesuai isi akta perjanjian yang telah disepakati. Karena itu untuk mencapai tujuan tersebut,

dalam asuransi syari'ah dikenal beberapa prinsip yang perlu di perhatikan.

- a. Bekerjasama untuk saling membantu. Perusahaan asuransi syari'ah dijalankan dengan mengedepankan prinsip saling kerjasama untuk membantu yang membutuhkan, perusahaan asuransi akan mengalami kesulitan untuk memberikan pertolongan secara maksimal kepada pihak yang tertimpa musibah.
- b. Saling melindungi dari segala kesusahan. Untuk menghindari kesusahan atau penderitaan yang berlarut akibat musibah, harus ada kesadaran masing-masing pihak untuk saling melindungi satu sama lain. Bentuk perlindungan tersebut dapat diberikan oleh perusahaan asuransi, baik ketika peserta dalam kondisi sehat maupun sebaliknya. Jaminan mendapatkan perlindungan inilah yang merupakan sebab kebutuhan masyarakat untuk menjadi peserta asuransi.
- c. Saling tanggung jawab, berarti peserta asuransi takaful memilik rasa tanggung jawab untuk membantu dan memberikan pertolongan kepada peserta lainnya yang kebetulan sedang mengalami musibah atau kerugian (Rahmawati, 2015).

Asuransi syari'ah menggariskan keuntungan yang berada dengan asuransi konvensional yaitu, pemegang polis di posisikan sebagai penabung, maka secara hukum dana yang diasuransikan sama dengan ditabung. Dana asuransi syari'ah bagi masing-masing pemegang polis akan mendapatkan nilai tambahan yang merupakan bagi hasil dari sistem mudharabah atas kebijakan kerjasama asuransi syari'ah dengan bank syari'ah. Dalam hal ini,

pihak asuransi syari'ah menitipkan dana para pemegang polis sebagai instrument investasi yang di kelola lembaga keuangan syari'ah. Jika sewaktu-waktu terjadi pemutus hubungan karena alasan tertentu tidak dapat melanjutkan hubungan dengan asuransi syari'ah maka pemutusan ini tidak menyebabkan hangusnya dana. Pemegang polis berhak mendapatkan kembali dana yang diasuransikan (Nisitasari, 2017).

2.1.1.3 Mekanisme Pengelolaan Dana Asuransi Syari'ah

Perusahaan asuransi syari'ah diberi amanah untuk mengelola premi dengan cara yang halal dan memberikan santunan kepada pihak yang mengalami musibah sesuai dengan akad yang telah di buat. Dalam mekanisme pengelolaan premi nasabah, yang sering dipakai dalam operasional terbagi menjadi dua sistem:

1. Sistem pada produk saving (tabungan)

Pada produk ini peserta wajib menyerahkan premi kepada perusahaan. Besar kecilnya premi bertanggung keinginan peserta, akan tetapi yang menentukan besar kecilnya premi yang harus dibayarkan adalah pihak perusahaan. Dalam produk ini setiap premi yang dibayarkan oleh peserta akan dipisahkan dalam dua rekening, yaitu rekening dana *tabarru'* dan rekening tabungan peserta.

- a. Rekening *tabarru'*. Dana pada rekening *tabarru'* akan dibayarkan apabila peserta meninggal dunia dan perjanjian berakhir (jika ada surplus dana).
- b. Rekening tabungan (saving) peserta, yaitu dana yang merupakan milik peserta, dan akan dibayarkan apabila perjanjian berakhir, peserta mengundurkan diri, atau peserta meninggal dunia (Kambali, 2017).

2.1.1.4 Perbedaan Asuransi Syari'ah dengan Asuransi Konvensional

Konsep pengelolaan asuransi konvensional berupa Tranfer Risk adalah perlindungan dalam bentuk pengalihan resiko ekonomis atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan ke perusahaan asuransi sebagai peserta asuransi konvensional akan ditanggung risiko ekonomisnya oleh perusahaan asuransi.(Tinnafisah, 2021)

Pengelolaan asuransi syari'ah dengan sharing risk adalah konsep dimana peserta memiliki tujuan yang sama yakni tolong menolong, yakni dengan melalui investasi asset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu menggunakan akad yang sesuai dengan syari'ah yang diwakilkan pengelolaannya ke perusahaan asuransi syari'ah dengan imbalan ujah (Lestari, n.d.)

Perbedaan asuransi syari'ah dan asuransi konvensional bisa dilihat seperti berikut:

No	Prinsip	Asuransi Konvensional	Asuransi Syariah
1	Konsep	Perjanjian dan pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikat diri kepada pihak tertanggung, dengan menerima premi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung.	Sekumpulan orang yang saling membantu, saling menjamin dan bekerja sama, dengan cara setiap pesertanya mengeluarkan dana <i>tabarru'</i> .
2	Asal Usul	Dari Masyarakat Babilonia 4000-3000 SM, yang dikenal	Dari al-aqilah, kebiasaan suku arab jauh sebelum islam datang. Kemudian

		dengan nama perjanjian Hammurabi. Kemudian pada tahun 1668 M di <i>Coffe House</i> London berdiri <i>Lloyd of London</i> sebagai cikal bakal asuransi konvensional	di sahkan oleh Rosulullah menjadi hukum islam yang tertuang dalam konstitusi madinah yang dibuat langsung oleh Rasulullah.
3	Sumber Hukum	Dari kebudayaan dan pikiran manusia, berdasarkan hukum positif, hukum alam dan contoh sebelumnya.	Dari wahyu Ilahi, berdasarkan Al- Qur'an, Sunnah, Ijma, Fatwa sahabat, Qiyas, Istihsan, Urf, dan Maslahah mursalah.
4	Magrib (<i>Maisir, Gharar, dan Riba</i>)	Adanya <i>Maisir, Gharar dan Riba</i> .	Bersih dari <i>Maisir, Gharar dan Riba</i> .
5	DPS (Dewan Pengawas Syariah)	Tidak ada, sehingga bertentangan dengan syara'.	Ada dan berfungsi sebagai pengawas berjalannya system oprasional asuransi agar sesuai dengan syariah.
6	Akad	Akad Jual Beli	Akad <i>Tabarru' dan Tijarah</i> .
7	Jaminan/Risiko (<i>Risk</i>)	<i>Transfer of risk</i>	<i>Sharing of risk</i>
8	Pengelolaan Dana	Tidak adanya pemisahan dana, sehingga berakibat pada terjadinya dana hangus (untuk produk	Terjadi pemisahan dana (untuk produk <i>saving life</i>), yaitu dana Tabarru (derma) dan dana peserta.

		<i>saving life</i>)	Sehingga tidak mengenal kata hangus
9	Investasi	Bebas, sesuai hanya dengan peraturan perundang-undangan. Namun tidak mempertimbangkan unsur halal-haramnya.	Sesuai dengan perundang-undangan namun bebas dari system riba maupun unsur haram lainnya.
10	Kepemilikan Dana	Dana premi yang terkumpul seluruhnya menjadi milik perusahaan, sehingga perusahaan bebas untuk menginvestasikan kemana saja.	Dana premi yang terkumpul merupakan dana peserta (<i>shahibul mal</i>). Sedangkan perusahaan hanya sebatas mengelola dana (<i>mudharib</i>).
11	Unsur Premi	Tabel mortalita (<i>mortality tables</i>), Bunga (interest) dan biaya-biaya asuransi (<i>cost of insurance</i>).	Unsur <i>tabarru'</i> dan tabungan (tanpa unsur riba). <i>Tabarru</i> juga dihitung berdasarkan table mortalita namun tidak dengan perhitungan bunga.
12	Loading/Komisi Agen	Loading yang diberikan cukup besar terutama untuk komisi agen. Bahkan bisa menyerap premi tahun pertama dan kedua. Karena itulah nilai tunai tahun pertama	Pada sebagian asuransi syariah, loading (komisi agen tidak di bebaskan oleh peserta tapi dari dana pemegang saham). Sebagaian lainnya mengambil sekitar 20-

		dan kedua biasanya belum ada (masih hangus).	30% dari tahun pertama, dengan bagitu nilai tunai tahun pertama sudah terbentuk.
13	Sumber Pembiayaan Klaim	Dari rekening perusahaan	Dari rekening <i>tabarru'</i> , dimana peserta saling menanggung sehingga ketika salah satu peserta mengalami musibah.
14	Sistem Akuntansi	Menganut konsep akuntansi <i>accrual basis</i>	Menganut konsep akuntansi <i>cash basis</i>
15	Keuntungan (<i>profit</i>)	Keuntungan <i>surplus Underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi seluruhnya adalah milik perusahaan.	Keuntungan <i>surplus underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi seluruhnya dibagi hasilkan dengan peserta.
16	Visi dan Misi	Secara garis besar adalah misi sosial	Misi Aqidah, ibadah (<i>ta'awun</i>), ekonomi (<i>iqtishad</i>), dan pemberdayaan umat (sosial).

2.1.2 Peran Agen

2.1.2.1 Pengertian Peran Agen

Menurut Soekarno peran agen adalah perbuatan serta perilaku seseorang yang memangku sebuah posisi untuk melaksanakan kewajiban dan tugasnya sesuai dengan

kedudukannya. Apabila seorang agen menjalankan kewajibannya dengan baik dan sesuai peraturan, maka tidak sadar tugas yang dijalankannya akan sesuai dengan keinginan lingkungannya. Jadi kesimpulannya apabila peran agen bekerja dengan baik maka perminatnya juga akan baik (Tinnafisah, 2021).

Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syari'dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syari'ah dalam memasarkan produk asuransi atau produk jasa asuransi syari'ah. Jadi tugas agen itu bekerja dalam perusahaan untuk memasarkan produk-produk jasa asuransi dan sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh perusahaan (Hariyadi & Triyanto, 2017).

Salah satu peran yang paling penting dalam tingkat pemahaman nasabah adalah agen asuransi, sebab berkembang atau majunya sebuah perusahaan itu tergantung oleh keberhasilan seorang agen dalam bisnis asuransi. Oleh karena itu, agen asuransi diharapkan dapat memahami dan mengerti peran serta kedudukan, tugas dan serta tanggung jawab dalam mengembangkan bisnis asuransi. Agen pemasaran adalah salah satu penentuan kesuksesan dan juga menjaga citra perusahaan asuransi di mata masyarakat. Agen asuransi pemasar asuransi syari'ah tidak boleh ragu melakukan promosi, memberikan informasi serta menjual produk tersebut (Tinnafisah, 2021).

Beberapa upaya peran agen pemasar asuransi syari'ah untuk mengedukasi calon nasabah antara lain sebagai berikut:

1. Agen pemasar asuransi syari'ah perlu menginvestasikan waktu untuk menjelaskan benefit asuransi syari'ah kepada calon nasabah secara jujur dan terbuka.
2. Agen asuransi syari'ah harus mampu bertindak sebagai perencana keuangan dengan memberikan pengetahuan yang memadai kepada calon nasabah asuransi syari'ah.
3. Agen asuransi syari'ah perlu berupaya cerdas dan kreatif menggunakan media masa, baik cetak maupun elektronik untuk memasyarakatkan asuransi syari'ah.

2.1.2.2 Indikator Peran Agen

Indikator peran agen meliputi:

- a. Selalu menghubungi calon nasabah sebelum melakukan kunjungan.
- b. Kesadaran mengenai arti dan penggunaan waktu, agen selalu datang tepat waktu dalam berkunjung menemui calon nasabah.
- c. Cara berpakaian dan penampilan seorang agen asuransi dari sebuah perusahaan tidak boleh mengabaikan cara berpakaian dan berpenampilan, hal ini dapat mempengaruhi penilaian calon nasabah terhadap penampilan seorang agen asuransi.
- d. Menjaga hubungan nasabah.

2.1.2.3 Tata Pelaksanaan Agen

1. Prospecting, proses pencairan calon peserta atau nasabah secara terus menerus.
2. Pendekatan, merupakan proses yang dilakukan oleh setiap agen untuk lebih dekat terhadap prospek calon nasabah yang dituju.

3. Pencarian fakta, setelah seseorang agen menjalin hubungan dengan calon nasabah yang dituju, maka selanjutnya seorang agen diharuskan untuk lebih tahu secara mendalam terkait realita yang terjadi pada calon nasabah.
4. Presentasi produk, merupakan pemberian penjelasan mengenai produk asuransi syari'ah yang ditawarkan.
5. Penutup, pada tahap ini nasabah sudah menyatakan atau mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan dengan ditandai pengisian formulir surat permintaan. Tahap ini merupakan awal dari pelayanan resmi suatu penjualan kepada pelanggan.
6. Layanan purna jual, setelah pengisian surat permintaan maka setiap agen bertugas memberikan layanan purna jual, seorang agen harus mampu secara bejaksana menjadi penasihat dan konsultan keuangan keluarga nasabah.

2.1.3 Minat Nabah Asuransi

2.1.3.1 Pengertian Minat Nasabah

Minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal ini, dan juga keinginan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang (Jannah, 2020).

Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu diluar diri, semakin kuat atau dekat dengan hubungan tersebut semakin besar minat. Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas

memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasionalis analisis, sedang perasaan yang bersifat halus dan tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi mengingat pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya (Rahmania, 2020).

Minat lebih dikenal dengan keputusan pemakaian atau pembelian jasa/produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atau pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Tinnafisah, 2021).

2.1.3.2 Indikator Minat Nasabah

Minat konsumen diartikan sebagai dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk membeli barang dan jasa dalam rangka pemenuhan dan kebutuhannya, dan minat menjadi nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi nasabah di asuransi syari'ah benar-bener dilaksanakan.

- a. Ketertarikan, ditunjukkan dengan adanya pemutusan perhatian dan perasaan senang seorang nasabah terhadap produk yang dipasarkan, pelayanan dari perusahaan asuransi.

- b. Keyakinan, ditunjukkan dengan adanya perasaan percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari perusahaan asuransi syari'ah.
- c. Kepercayaan, ditunjukkan dengan kepercayaan terhadap perusahaan asuransi, sehingga nasabah juga merekomendasikan perusahaan asuransi kepada orang lain.
- d. Keinginan, ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin memiliki suatu produk yang di pastikan beserta manfaat dari produk (Tinnafisah, 2021).

2.1.3.3 Faktor Minat Nasabah

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seorang konsumen menurut Kevin Lane Keller dan Philip Kotler yaitu faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah culture, kelompok, acuan, keluarga, kepribadian, dan persepsi seseorang (Kotler & Keller, 2009). Konsumen akan memutuskan produk atau jasa yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Semakin bagus persepsi seseorang terhadap suatu produk, maka minat terhadap suatu produk juga semakin tinggi (Khunniza, 2010). Dengan adanya persepsi maka seseorang akan mencari informasi dan pengalaman kepada sumber lain seperti, peristiwa, orang, serta faktor yang berpengaruh yang didapat dari proses pengindraan yang menyebabkan adanya suatu minat.

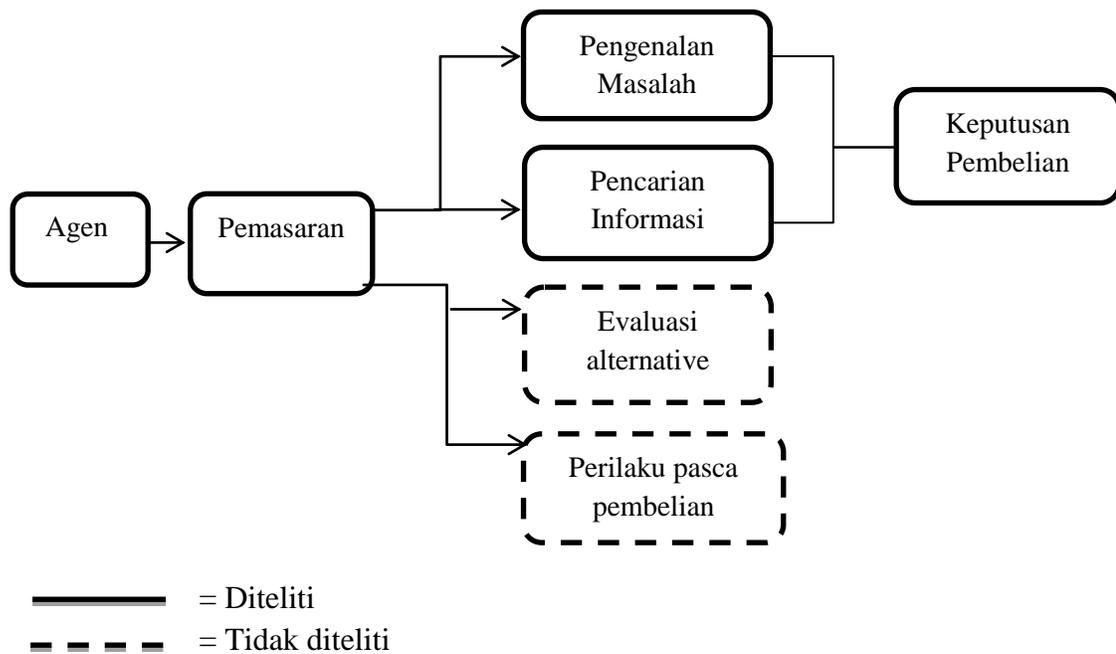
Ada juga beberapa faktor lain yang mempengaruhi minat konsumen menurut Ujang Sumarwan yaitu minat konsumen dipengaruhi oleh tiga hal yaitu sikap, norma subjektif, dan perilaku seseorang (Sumarwan & Krisnawati, 2003). Perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu,

kelompo dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memutuskan kebutuhan dan keinginan nasabah.

2.2 Kerangka Konsep Penelitian

Menurut Nursalam (2017) kerangka konsep penelitian merupakan abstraksi dari suatu realitas sehingga dapat dikomunikasikan dan membentuk teori yang menjelaskan keterkaitan antara variabel yang diteliti (Darmayani, 2019).

Kerangka Konsep Penelitian ini adalah:



Bagan 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: buku *Principles of Marketing* (K. Kotler & Keller, 2016)

Keterangan Gambar: Penelitian ini meneliti bagaimana peran agen asuransi dalam memasarkan produk asuransi yang mana ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen mengambil suatu keputusan pembelian yang difokuskan dalam masalah penelitian ini yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi terhadap suatu keputusan pembelian. Ketika nasabah merasa ada kebutuhan yang mereka inginkan

dari penjelasan seorang agen nasabah akan memberikan keputusan pembelian produk terhadap agen.