

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

PENGARUH LITERASI ASURANSI SYARIAH TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT DALAM MEMILIH ASURANSI SYARIAH DI JABODETABEK

Muhammad Rahmadion¹, Fitri Yetty², Muhammad Anwar Fathoni³
^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

¹muhammad.rahmadion@upnvj.ac.id

²fitriyetti@upnvj.ac.id

³mfathoni@upnvj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh literasi asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini, yaitu masyarakat JABODETABEK yang memiliki pemahaman tentang asuransi syariah. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan metode skala likert. Penelitian ini turut menggunakan metode analisis Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dan mempergunakan perangkat lunak SPSS sebagai alat untuk mengolah data. Hasil dari penelitian ini adalah literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat, literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat dan literasi asuransi syariah berupa surplus underwriting tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat.

Kata Kunci: Literasi asuransi; persepsi masyarakat; asuransi syariah

Abstract

This study aims to explain the effect of sharia insurance literacy on public perception in choosing sharia insurance. This study uses a quantitative approach. The sample in this study, namely JABODETABEK people who have an understanding of sharia insurance. To analyze the data, this study used the Likert scale method. This study also uses descriptive analysis methods and multiple linear regression and uses SPSS software as a tool to process data. The results of this study are sharia insurance literacy in the form of contracts in sharia insurance has a significant effect on public perception, sharia insurance literacy in the form of fund management in sharia insurance has significant effect on public perception and sharia insurance literacy in the form of surplus underwriting has no significant effect on public perception..

Keywords: insurance literacy; public perception; Islamic insurance

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

PENDAHULUAN

Islam mengarahkan umatnya supaya tidak membuang-buang harta atau menghindari sifat boros, yaitu dengan cara menyimpan atau menabung sebagian harta yang kita miliki agar kedepannya umat Islam tidak mengalami kegagalan dalam kehidupan finansialnya. Bahwa upaya menabung adalah aktivitas yang membutuhkan kesediaan dari diri individu guna mengeluarkan maupun menyimpan uang ke bank (Anggraini et al., 2020)

Di dalam Al-Quran Allah berfirman:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ (الاسراء/17: 27)

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. (Qs. Al-Isra ayat 27)

Pada fatwa MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 mengenai asuransi syari'ah (*Ta'min, Takaful atau Tadhamun*) dijelaskan bahwa asuransi syariah merupakan upaya untuk memberi pertolongan beberapa pihak dengan cara pemodalannya berbentuk *tabarru'* (aset) dan memberi metode pengembalian atas kesepakatan (perikatan/akad) yang berdasar pada Syariah (Fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001, 2001).

Tabel 1. Indeks literasi keuangan

Indeks Literasi Keuangan		
2013	2016	2019
21,8 %	29,7 %	38,03%

Sumber: ojk.go.id

Literasi asuransi syariah ialah suatu wujud gerakan dan bermaksud guna mendukung pertumbuhan keuangan syariah di Indonesia. Pemahaman serta kesadaran masyarakat merupakan jalan untuk menuju pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia. Sayangnya masih sangat sedikit masyarakat yang paham betul apa saja manfaat dari asuransi syariah dan apa saja manfaat yang dapat dirasakan. Berdasarkan data perkembangan Indeks Literasi Keuangan 2016 silam sejumlah 29,7% lalu pada tahun 2019 mengalami kenaikan angka sebesar 8,33% Menjadi 38,03%. (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).

Perumusan masalah

- Bagaimana pengaruh literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat terkait asuransi syariah?
- Bagaimanakah pengaruh literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana terhadap persepsi masyarakat dalam menggunakan asuransi syariah?
- Bagaimana pengaruh literasi asuransi syariah berupa surplus *underwriting* terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah?
- Bagaimana pengaruh literasi asuransi syariah berupa akad pada asuransi syariah, manajemen pendanaan, maupun surplus *underwriting* secara bersama sama terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah?

Tujuan penelitian

- Untuk menjelaskan seberapa pengaruhnya literasi asuransi syariah berupa akad di asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat selama memilih asuransi syariah.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

- b. Untuk menjelaskan pengaruh literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah.
- c. Untuk menjelaskan pengaruh literasi asuransi syariah berupa surplus *underwriting* terhadap persepsi masyarakat ketika memilih asuransi syariah
- d. Untuk menjelaskan seberapa pengaruhnya literasi asuransi syariah berupa akad asuransi syariah, manajemen pendanaan, maupun surplus *underwriting* terhadap persepsi masyarakat secara bersama sama terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi Masyarakat

Persepsi merupakan sebuah pandangan terhadap suatu objek dalam bentuk visual, melalui indra penciuman, dan juga dapat melalui perasaan. persepsi merupakan sebuah proses mengorganisasikan indra untuk memberikan arti terhadap lingkungannya. (Yuniarti, 2015). Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi merupakan tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu atau serapan atau dapat diartikan juga sebagai proses seseorang mengetahui berberapa hal melalui pancaindranya. Persepsi adalah sebuah pengamalaman terhadap suatu objek, peristiwa atau hubungan yang dilalui dan disimpulkan menjadi informasi dan ditafsirkan dengan melibatkan sensasi, atensi, ekspektasi, motivasi dan juga memori (Irawan, 2010). Persepsi juga merupakan proses dimana sebuah pesan atau informasi masuk dan menyangkut di dalam otak manusia, melalui persepsi manusia yang secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya (Slameto, 2010).

Akad dalam asuransi syariah

Akad berperan sebagai penentuan halal ataukah haram sebuah kegiatan bertransaksi pada kehidupan masyarakat. Jika tidak ada akad/kesepakatan yang detail, berarti hak atas kepemilikan/tujuan transaksi akan rusak/terbatalkan. Posisi akad pada transaksi berperan cukup krusial karena bertugas untuk memperoleh kebermanfaatn sosial masyarakat (Ashal, 2016). Secara garis besar, akad berkonsep keadilan yang mengarah ke penyeimbangan kontrak atau transaksi yang dilaksanakan antarmanusia. Terdapat dua jenis akad di asuransi syariah yakni:

Akad *tijarah*, yaitu kesepakatan yang dilaksanakan guna bertujuan perniagaan. Wujud kesepakatannya menggunakan *mudhorobah*. Akad jenis ini bisa berubah menjadi *tabarru'* jika pihak tertahan hak merelakan diri melepas hak, sehingga menggugurkan kewajiban sebelum menjalankan kewajiban (Abdullah, 2018).

Akad wakalah bil ujah merupakan kesepakatan *tijarah* dengan pemberian kuasa ke perusahaan selaku wakil peserta guna memajemen dana *tabarru'* maupun dana pemodaln peserta atas kuasa atau kewenangan dan akan mendapat imbalan berwujud *ujrah* (fee). Akad *tabarru'* merupakan kesepakatan hibah dengan memberi biaya dari satu peserta ke dana *tabarru'* atas maksud memberi pertolongan dan bukan bertujuan perniagaan. (Peraturan Menteri Keuangan Nomor 18/PMK.010/2010, 2010)

Pengelolaan dana

Asuransi syariah tidaklah sama dengan asuransi tradisional/konvensional. Asuransi syariah masing-masing peserta semenjak dini bertujuan saling memberi pertolongan dengan memisahkan dana sebagai iuran kebijakan atau *tabarru'*. Perihal itu menjelaskan jika sistematika asuransi syariah tanpa mengalihkan risiko (*risk transfer*): pihak bertanggung perlu membayarkan premi, namun cenderung membagikan risiko (*risk sharing*): peserta secara kolektif berperan sebagai bertanggung (Makhrus, 2019).

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

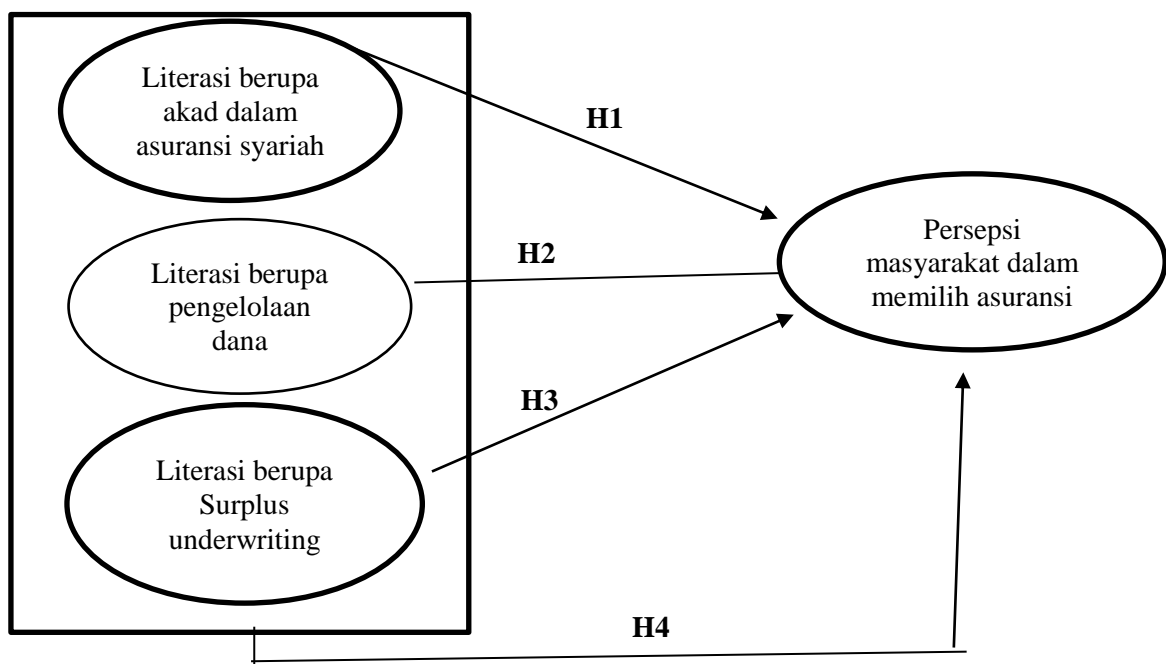
Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

Surplus *underwriting*

Profit *underwriting* ialah kelebihan dari jumlah keseluruhan pelibatan peserta pada dana *tabarru'* yang ditambahkan dengan peningkatan aset reasuransi sesudah berkurang oleh pembayaran santunan, pelibatan reasuransi, maupun cadangan teknik yang meningkat selama satu periode (OJK RI Nomor /POJK.05/2015, 2015). *Underwriting* ialah tahap menuntaskan risiko dan membagi berdasar indeks yang bisa ditanggung perusahaan. Risiko yang tampak, yaitu klaim yang berpeluang bakal dihadapi perusahaan asuransi pada periode berikutnya. (Rustamunadi et al., 2018).

Kerangka pemikiran dan hipotesis

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya dan landasan teori, model penelitian bisa dirumuskan melalui kerangka pemikiran seperti yang ada dibawah ini:



Hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

Ha₁: Diduga ada pengaruh literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah

Ho₁: Diduga tidak memengaruhi literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah

Ha₂: Diduga memengaruhi literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah

Ho₂: Diduga tanpa memengaruhi literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah

Ha₃: Diduga terdapat pengaruh literasi asuransi syariah berupa surplus *underwriting* terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah

Ho₃: Diduga tidak terdapat pengaruh literasi asuransi syariah berupa surplus *underwriting* terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah

Ha₄: Diduga terdapat pengaruh literasi asuransi syariah berupa kesepakatan pada asuransi syariah, tata kelola pendanaan dan surplus *underwriting* secara bersama sama terhadap persepsi masyarakat saat memilih asuransi syariah

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

Ho₄: Diduga tidak memengaruhi literasi asuransi syariah berupa akad pada asuransi syariah, pengelolaan dana, maupun surplus *underwriting* secara bersama sama terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah

METODELOGI PENELITIAN

Definisi operasional

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel independen dan 1 variabel dependen, yang mana pada penelitian ini variabel dependennya adalah persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah (Y), lalu untuk variabel independen pada penelitian ini yaitu literasi berupa akad dalam asuransi syariah (X1), literasi berupa pengelolaan dana dalam asuransi syariah (X2) dan literasi berupa surplus *underwriting* (X3).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat sekitar yang tinggal di wilayah Jabodetabek yang menggunakan asuransi syariah. Populasi yakni semua bagian analisis berdasar pada informasi yang dikehendaki, seperti tumbuhan, hewan, manusia, objek, ataupun peristiwa di suatu wilayah yang sudah ditentukan (Yusuf, 2015).

Sampel merupakan komponen populasi yang akan dikaji (Priyono, 2016). Pada penelitian ini sampelnya ialah non probability sampling yaitu accidental. Accidental ialah metode guna menentukan sampel berdasar kebetulan: nasabah secara bertepatan berjumpa peneliti dan bisa dijadikan sampel (Sugiyono, 2016).

Prosedur pengambilan data pada penelitian ini ialah data primer, dimana data tersebut diambil secara langsung melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* yang telah disiapkan untuk tujuan penelitian. Kuesioner pada penelitian ini terdiri atas pertanyaan yang tersistem agar setiap partisipan dapat terbatas dalam memberikan jawabannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas

Tabel 2. Uji validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Persepsi masyarakat (Y)	Y1.1	0.829	0.361	Valid
	Y1.2	0.726	0.361	Valid
	Y1.3	0.625	0.361	Valid
	Y1.4	0.399	0.361	Valid
	Y1.5	0.845	0.361	Valid
Literasi berupa akad dalam asuransi syariah (X1)	X1.1	0.791	0.361	Valid
	X1.2	0.700	0.361	Valid
	X1.3	0.798	0.361	Valid
	X1.4	0.789	0.361	Valid
	X1.5	0.521	0.361	Valid
Literasi berupa pengelolaan dana (X2)	X2.1	0.643	0.361	Valid
	X2.2	0.826	0.361	Valid
	X2.3	0.690	0.361	Valid
	X2.4	0.898	0.361	Valid
	X2.5	0.458	0.361	Valid
Literasi berupa surplus <i>underwriting</i> (X3)	X3.1	0.797	0.361	Valid
	X3.2	0.707	0.361	Valid
	X3.3	0.717	0.361	Valid
	X3.4	0.722	0.361	Valid

Diolah menggunakan SPSS 2020

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

Uji validitas terhadap pernyataan variabel X dan variabel Y dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel, dengan koefisien $\alpha = 5\%$, $df = n-2$, dimana $n = 100$. Butir pernyataan X1.1 memiliki r hitung 0,791 sedangkan nilai r tabel sebesar 0,361. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dikatakan valid.

Uji reliabilitas

Tabel 3 uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Persepsi Masyarakat (Y)	0.708	Reliabel
Literasi berupa akad dalam asuransi Syariah (X1)	0.766	Reliabel
Literasi berupa pengelolaan dana (X2)	0.763	Reliabel
Literasi berupa surplus underwriting (X3)	0.703	Reliabel

Diolah menggunakan SPSS 2020.

Berdasarkan variabel di atas, nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh pada variabel Y, X1, X2, dan X3 berturut-turut adalah 0,708; 0,766; 0,763; dan 0,703. Karena nilai *cornbach's alpha* berada pada angka 0,703 sampai 0,763 ini menandakan bahwa variabel X dan Y reliabel, menurut Nunnally, (1994) dalam (Sugiyono, 2016), bahwa kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *cornbach's alpha coefficient* lebih dari 0,70.

Uji F

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	436.137	3	145.379	51.680	.000 ^b
Residual	279.053	96	2.813		
Total	706.190	99			

Sumber: diolah menggunakan SPSS 2020

Tingkat signifikansi = 0,000 lebih besar dari nilai F tabel yakni 2,70 dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ atau dengan kata lain F hitung $>$ F tabel ($51,680 > 2,70$). Hal ini menunjukkan ketiga variabel independen berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen.

Uji t

Tabel 2. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2.044	1.155		
1 Literasi berupa akad dalam asuransi syariah	.387	.079	.413	4.887	.000
Literasi berupa pengelolaan dana	.413	.087	.416	4.762	.000
Literasi surplus underwriting	.076	.078	.068	.971	.334

Sumber: diolah menggunakan SPSS 2020

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan persamaan regresi linear berganda berdasarkan variabel dan variabel independent (X) dan independent (Y) dapat dituliskan sebagai berikut:

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

$$Y = 2,044 + 0,387 X_1 + 0,413 X_2 + 0,076 X_3$$

Persamaan di atas diperoleh nilai constant sebesar 2,044, apabila diartikan tanpa variabel X (Literasi berupa akad dalam asuransi syariah, literasi berupa pengelolaan dana, literasi berupa surplus *underwriting*), maka besarnya nilai Y sebesar 2,044 satuan. Nilai konstan 2,044 berarti berpengaruh positif, konstan positif artinya terjadi peningkatan jumlah persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebesar 2,044.

Uji koefisien determinasi

Tabel 5. Uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.618	.606	1.67722

Sumber: diolah menggunakan SPSS 2020

Hasil koefisien determinasi di atas yaitu 0.618, yang berarti variabel Akad dalam asuransi syariah (X_1), Pengelolaan dana (X_2) dan surplus *underwriting* (X_3) mempengaruhi variabel persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah (Y) sebesar 61,8%. Sedangkan 38,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

Pembahasan

Penjelasan masing-masing pengaruh variabel independen persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh variabel berupa literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah.

Variabel literasi berupa akad dalam asuransi syariah (X_1) memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah, dimana nilai t hitung $>$ t tabel ($4,887 > 2,62802$) atau $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel ($-4,887 < -2,62802$) dan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah berpengaruh nyata terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang artinya terhadap pengaruh signifikan antara variabel literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Koefisien literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana di dalam asuransi syariah (X_1) sama dengan 0,413. Ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan literasi asuransi syariah berupa akad di dalam asuransi syariah sebanyak satu – satuan akan menyebabkan kenaikan variabel keputusan pembelian sebesar 0,413 satuan.

Informasi mengenai akad di dalam asuransi syariah didapatkan oleh calon nasabah ketika calon nasabah akan mendaftarkan asuransi yang dituju. Teller dan agen asuransi menjelaskan mengenai bagaimana dan apa prinsip akad yang digunakan di dalam asuransi syariah, kemudian para calon nasabah tertarik dengan prinsip tolong menolong di dalam akad asuransi syariah. Selain itu, mereka juga mencari tahu secara mandiri mengenai asuransi syariah secara mendalam.

Menurut penelitian Bani Salamah yang berjudul “Pengaruh Pemahaman dan Premi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Asuransi Syariah (Studi Di Jurusan Asuransi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten) (Salamah, n.d.), menunjukkan bahwa variabel pemahaman asuransi syariah secara berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah asuransi syariah Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan, dimana dalam penelitian ini hasil ditemukan bahwa akad dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Menurut Arif Fauzan akad *tabarru'* atau akad yang dilandasi dengan prinsip tolong menolong merupakan akad nirlaba

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

yang dilakukan demi terciptanya transaksi yang mudah dan lancar bagi penggunanya, oleh karenanya kebanyakan dari para calon nasabah menjadi tertarik untuk menjadi nasabah dikarenakan akad *tabarru'* tersebut. (Fauzan, 2016)

b. Pengaruh variabel literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana dalam asuransi syariah

Variabel literasi berupa pengelolaan dana dalam asuransi syariah (X2) memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah, dimana nilai t hitung $> t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel ($4,726 > 2,62802$ atau $-4,726 < -2,62802$) dan hasil signifikansi ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pengelolaan dana dalam asuransi syariah berpengaruh nyata terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Taraf signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel pengelolaan dana dalam asuransi syariah dan persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Koefisien pengelolaan dana dalam asuransi syariah (X2) sama dengan 0,416, ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan pengelolaan dana dalam asuransi syariah sebanyak satu-satuan akan menyebabkan kenaikan variabel persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah sebesar 0,416 satuan.

Variabel pengelolaan dana dalam asuransi syariah berpengaruh terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah karena menurut responden yang saya teliti pengelolaan dana dalam asuransi syariah merupakan hal yang paling pertama mereka tanyakan kepada agen asuransi, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hilmi Basri dan Selvi Jalina pada PT. Asuransi Takaful Umum Pekanbaru, yaitu dimana PT. Asuransi Takaful Umum Pekanbaru telah sesuai dalam melaksanakan mekanisme dalam pengelolaan dana *tabarru'* dan mengikuti ketentuan fatwa DSN-MUI. Dana *tabarru'* juga digunakan untuk tujuan mensejahterakan sesama peserta asuransi. (Basri & Jalina, 2016)

c. Pengaruh variabel literasi berupa surplus *underwriting*

Variabel surplus *underwriting* (X3) tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah, dimana nilai t hitung $< t$ tabel atau $-t$ hitung $< -t$ tabel ($0,971 < 2,62802$ atau $-0,971 > -2,62802$) dan hasil signifikansi ($0,334 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya variabel surplus *underwriting* tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Taraf signifikansi sebesar 0,334 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel surplus *underwriting* dengan persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah.

Variabel surplus *underwriting* tidak berpengaruh signifikan. Surplus *underwriting* merupakan selisih lebih dari kontribusi peserta setelah dikurangi oleh pembayaran klaim, kontribusi terhadap reasuransi dan juga cadangan teknis pada suatu periode tertentu. Responden yang saya teliti mengatakan bahwa mereka tidak dijelaskan mengenai apa itu surplus *underwriting* yang mana hal tersebut hanya terdapat pada asuransi syariah, hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tati Handayani, Fitri Yetty dan Prima Dwi Priyanto yang berjudul "Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi Syariah Di Jabodetabek?", yang mana pada penelitian tersebut ditemukan bahwa kurangnya pengaruh pada indikator premi/kontribusi dan promosi, hal tersebut dapat dilihat pada perusahaan asuransi syariah yang kurang menonjol pada variasi premi/kontribusi untuk menyentuh pada kalangan mikro dan juga pemasaran yang masih menggunakan agen sebagai pemasar, sehingga tidak adanya pembanding dengan asuransi konvensional. (Handayani et al., 2020)

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan, ditemukan bahwa dari hasil pengujian variabel independen yaitu literasi asuransi syariah berupa akad dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Hasil dari pengujian ini adalah sesuai dengan hipotesis pertama. Hasil dari uji variabel independen kedua yaitu literasi asuransi syariah berupa pengelolaan dana dalam asuransi syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Hasil dari pengujian ini adalah sesuai dengan hipotesis kedua. Hasil dari uji variabel independen ketiga yaitu literasi asuransi syariah berupa surplus *underwriting* tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Hasil dari pengujian ini adalah sesuai dengan hipotesis ketiga. Pada hasil uji simultan yaitu seluruh variabel independen terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah berpengaruh secara simultan. Hasil Dari uji simultan tersebut adalah sesuai dengan hipotesis keempat.

Keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian adalah dimana penelitian ini dilakukan pada saat wabah virus Covid-19 sedang terjadi dan sedang berada pada puncak penularan yang sangat tinggi, sehingga peneliti kesulitan dalam pengambilan data. Peneliti juga kesulitan dalam menemui responden yang ingin diwawancarai guna mengetahui situasi lapangan dikarenakan pada bencana wabah Covid-19 dianjurkan oleh pemerintah untuk mengurangi kontak langsung dengan sesama. Hal tersebut mengakibatkan sulitnya untuk menjumpai responden secara langsung.

Berdasarkan Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, saran yang dapat peneliti berikan secara teoritis maupun secara praktis adalah untuk penelitian yang akan datang, penulis menyampaikan agar dapat menambah atau menggantikan variabel terkait dengan pengaruh terhadap persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah seperti apa saja faktor – faktor eksternal maupun internal yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat dalam memilih asuransi syariah. Peneliti juga berharap pada cakupan wilayah penelitian yang akan datang dapat ditambahkan wilayah yang lebih luas seperti provinsi, pulau ataupun Indonesia. Dan sampel yang diuji tidak hanya nasabah yang sudah menggunakan asuransi syariah di Jabodetabek tetapi bisa juga dengan masyarakat biasa yang belum memahami dan menggunakan asuransi syariah sama sekali agar hasil yang diperoleh dapat memberikan dampak yang lebih jauh dan juga akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J. (2018). Akad-Akad di dalam Asuransi Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law*, 1(1).
- Anggraini, R., Baloi, M., Ladi, S., & Batam, K. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Jurnal Rekaman*, 4(2).
- Arif Fauzan. (2016). PRINSIP TABARRU' Teori dan Implementasi di Perbankan Syariah. *Arif. Al - Amwal*, 8(2), 400–411.
- Ashal, F. F. (2016). Kedudukan Akad Tijarah dan Akad Tabarru' Dalam Asuransi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 238–252.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/humanfalah/article/view/529>
- Basri, H., & Jalina, S. (2016). Kineja Asuransi Syariah Dalam Pengelolaan Dana Tabarru'. *Hukum Islam*, XVI(2), 192–199.
- Fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001, Pub. L. No. 21, 1 (2001).

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 158 - 167

- Fadilah, A., & Makhrus, M. (2019). Pengelolaan Dana Tabarru' pada Asuransi Syariah dan Relasinya dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 87. <https://doi.org/10.30595/jhes.v2i1.4416>
- Handayani, T., Yetty, F., & Priyatno, P. D. (2020). Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi Syariah di Jabodetabek? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 8(1), 39–54. <https://doi.org/10.35836/jakis.v8i1.104>
- irawan. (2010). *No Title*.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 18/PMK.010/2010, Pub. L. No. PMK.10, 12 (2010).
- OJK RI nomor /POJK.05/2015, Pub. L. No. 1 (2015).
- Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019. *Survey Report*, 1–26. www.ojk.go.id
- Rustamunadi, &, & Suwaibah. (2018). PENGARUH KLAIM TERHADAP SURPLUS-DEFISIT UNDERWRITING PERUSAHAAN ASURANSI UMUM SYARIAH DI INDONESIA (Studi Pada Perusahaan Asuransi Umum Syariah yang Terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan Periode 2015-2018). *Jurnal.Uinbanten.Ac.Id*, 15–34.
- Salamah, B. (n.d.). PENGARUH PEMAHAMAN DAN PREMI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH ASURANSI SYARIAH (STUDI DI JURUSAN ASURANSI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SMH BANTEN). In *2017. UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten*.
- Slameto. (2010). *No Title*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Vinna Sri Yuniarti. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Cet. 1). Pustaka Setia. <http://pustakaaceh.perpusnas.go.id/detail-opac?id=56877>
- Yusuf, A. M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Kencana Perdana Media Group. http://digilib.stiewidyagamalumajang.ac.id//index.php?p=show_detail&id=13714