

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

Sugiono (2010:87) tinjauan pustaka merupakan peninjauan kembali mengenai pustaka-pustaka yang terkait. Sesuai dengan pengertian tersebut berarti tinjauan pustaka berfungsi sebagai peninjauan kembali pustaka (laporan penelitian terdahulu) tentang permasalahan yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Sedangkan Ismail (2015:53) menjelaskan tinjauan pustaka yaitu secara sistematis tentang hasil penelitian yang akan dilakukan peneliti. Penulisan tinjauan pustaka bertujuan untuk menghindari replikasi serta pengujian dan pengembangan peneliti sebelumnya.

Untuk penjelasan dengan mudah hasil penelitian yang pernah diteliti, maka diringkaskan dalam tabel pada lembar berikut.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan persamaan
1	Ni Ketut Oni Widarianti / 2017	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Desa Candikuning Menjadi Nasabah PT. Sun Life Financial Indonesia.	Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa PT Sun Life Financial Indonesia terdapat adanya 4 faktor yang mempengaruhi masyarakat yaitu budaya mempunyai pengaruh paling dominan sebesar 63,915% ditinjau dari nilai <i>variance explained</i> , dilanjut dengan sosial sebesar 14,756%, pribadi sebesar 13,588% dan psikologi sebesar 4,626%.	Perbedaan pada penelitian terletak pada variabel yang penulis gunakan yaitu asuransi jiwa, sedangkan yang akan dalam di teliti adalah asuransi jiwa syariah. Selain itu penjabaran peneliti sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat terhadap asuransi jiwa. Sedangkan yang peneliti sekarang lebih fokus pada pengetahuan dan minat terhadap asuransi jiwa syariah.

- 
- 2 Arif Effendi / Asuransi Syariah di Indonesia (Studi Tentang Peluang ke Depan Asuransi Syariah). *“Jurnal Wahana Akademika Volume 3 No 2 Oktober”* 2016
- Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa masa depan asuransi syariah di Indonesia masih terbuka lebar dengan melihat pertumbuhan perekonomian yang kuat ditandai dengan naiknya tingkat tabungan dan perkembangan perekonomian kelas menengah juga masuk dalam kategori pertanda baik untuk industri asuransi syariah. Dukungan dari faktor ekonomi yang terus meningkat, stabilitas politik juga mempengaruhi perkembangan asuransi di Indonesia
- Perbedaan penelitian yaitu pada studi kasus, peneliti terdahulu menjelaskan secara global tantangan peluang asuransi syariah di Indonesia. Sedangkan penelitian sekarang akan lebih meneliti tentang pengetahuan dan minat masyarakat pada asuransi jiwa syariah dengan metode kuantitatif deskriptif.
-

3	Muhammad Fahmul Iltiham dan Dian Wahyuni / 2016	Strategi Agen Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (studi kasus di PT Asuransi Takaful Indonesia Malang) <i>“jurnal Malia, Volume 7 No 1 Februari”</i>	Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa agen asuransi dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan cara memperluas pasar terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi syariah melalui sosialisasi secara langsung, mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada, mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi syariah, menyeleksi risiko atas diri peserta dengan cara mengidentifikasi dan lain sebagainya	Perbedaan penelitian yaitu pada metode yang digunakan peneliti kualitatif, dan variabel yang digunakan asuransi syariah secara umum, peneliti sebelumnya fokus terhadap petugas asuransi atau agen. sedangkan yang peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan fokus menjabarkan pengetahuan dan masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah.
---	---	---	--	---

- 
- 4 Leliya dan Maya Kurniasari / 2016 Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di Asuransi Prudential “*Jurnal Dakwah dan Komunikasi Volume 7 no 2*”
- Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perkembangan asuransi syariah di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berasuransi penting diperhatikan. yang sifatnya psikologis menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera. Masyarakat berminat untuk berasuransi syariah karena bebas dari unsur riba. Mayoritas masyarakat paham bahwa riba termasuk haram atau tidak sesuai dengan Islam.
- Perbedaan penelitian Penelitan terdahulu menjelaskan faktor yang berhubungan dengan minat masyarakat untuk berasuransi pada salah satu perusahaan asuransi. Pada penelitian sekarang fokus menggunakan pengetahuan dan minat masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah.
-

5	Dyah Ayu Ratna Winarti / 2017	Pengetahuan, Persepsi, Motivasi, dan Minat Masyarakat Gedongkiwo Kecamatan Mantrijeron Terhadap Asuransi Syariah  “ <i>Skripsi Fakultas Agama Islam UMY</i> ”	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan dan minat masyarakat cenderung masih sangat kurang. Masyarakat tidak bisa membedakan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional, mereka beranggapan bahwa sama saja antara asuransi konvensional dengan asuransi syariah. Hal tersebut menjadikan minat masyarakat rendah dikarenakan tidak pahamnya masyarakat tentang kegunaan ataupun manfaat dari asuransi syariah.	Perbedaan penelitian yaitu pada metode yang digunakan peneliti kualitatif, dan variabel yang digunakan asuransi syariah secara umum, sedangkan yang akan peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang menjelaskan tentang pengetahuan dan minat masyarakat disertai wawancara dengan masyarakat terkait dengan asuransi jiwa syariah.
---	-------------------------------	---	---	--

- 
- 6 Edi Hariyadi dan Peran Agen Asuransi Hasil dari penelitian tersebut Perbedaan penelitian yaitu pada metode Abdi Triyanto / Syariah Dalam menyatakan melalui peran agen yang digunakan peneliti kualitatif, 2017 Meningkatkan asuransi syariah dapat meningkatkan sedangkan penelitian sekarang Pemahaman pemahaman masyarakat mengenai menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Masyarakat Tentang produk-produk asuransi syariah Selain itu peneliti terdahulu fokus Asuransi Syariah dengan cara pemasaran produk, pemahaman masyarakat tentang asuransi “*Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Volume 3 No 1 April*” memberikan solusi keuangan syariah secara umum yang menunjukkan bagaimana baiknya, serta strategi petugas asuransi atau agen. Sedangkan Peneliti sekarang fokus pada pada masyarakat. Seorang agen pandangan masyarakat dengan asuransi syariah yang merupakan menggunakan variabel pengetahuan dan orang kepercayaan dari perusahaan minat terhadap asuransi jiwa syariah. untuk penjaga citra perusahaan di mata masyarakat.
-

7	Siti Maskanah / 2016	Implementasi Produk Asuransi Jiwa Syariah Terhadap Kestabilan Ekonomi Keluarga <i>“Tsarwah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 No 2 Desember”</i>	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan produk asuransi jiwa yang digunakan peneliti merupakan produk unggulan yang sedang penelitian sekarang terdapat pada asuransi Bumi Putera menggunakan metode kuantitatif deskriptif. cabang Serang. Dalam penelitian terdahulu memaparkan implementasinya dari teori yang tentang implementasi produk dan minat masyarakat dan spesifikasi pada kestabilan ekonomi keluarga. Sedangkan dalam perekonomian dalam sebuah penelitian sekarang fokus pada pengetahuan keluarga tetap stabil, asuransi bumi dan minat masyarakat secara umum putera memiliki produk yang terhadap asuransi jiwa syariah. menunjang untuk berinvestasi dengan cara menjaga stabilitas ekonomi keluarga.	Perbedaan penelitian yaitu pada metode kualitatif, penelitian sekarang menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Dalam penelitian terdahulu memaparkan tentang implementasi produk dan minat masyarakat dan spesifikasi pada kestabilan ekonomi keluarga. Sedangkan dalam penelitian sekarang fokus pada pengetahuan keluarga tetap stabil, asuransi bumi dan minat masyarakat secara umum terhadap asuransi jiwa syariah.
---	-------------------------	---	---	---



---

8	Nia Kania, Eva Fauziah, dan Sri Suwarsi / 2016	Pengaruh Pelayanan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan dalam Memilih Produk Syariah Prudential Assurance Cabang Bandung. <i>“Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah Vol. 2 No 2”</i>	Kualitas dan Pengetahuan Konsumen terhadap Keputusan dalam Memilih Produk Syariah di PT Prudential Life Assurance Cabang Bandung.	Hasil dari penelitian tersebut menyatakan tingkat pengetahuan konsumen sudah dinilai baik dengan menunjukkan skor kontinum sebesar 76,1 persen dan diketahui total skor kumulatif sebesar 1890 atau 79,7persen. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan pengetahuan konsumen bersamaan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Bandung. Besar pengaruh 0,783 dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.	Perbedaan dari penelitian terdahulu terletak pada penggunaan variabel, terdahulu menggunakan variabel kualitas layanan dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus salah satu perusahaan asuransi syariah. Sedangkan peneliti sekarang fokus pada masyarakat dengan menggunakan variabel pengetahuan dan minat masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah pada studi kasus salah satu desa di kota Yogyakarta.
---	--	--	---	--	--

---

9	Deni / 2014	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Pt Asuransi Takaful Keluarga Cabang Jambi." <i>Innovatio</i> 13.1</p>	<p>Dari hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan, anatara faktor psikologi, faktor lingkungan sosial, faktor usaha pemasaran asuransi, dan faktor agama. Sedangkan secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara faktor agama dan faktor usaha pemasaran asuransi terhadap minat masyarakat menjadi nasabah asuransi takaful keluarga..</p>	<p>Perbedaan dari penelitian terdahulu terletak pada penjabaran faktor psikologi, lingkungan sosial, usaha pemasaran, dan variabel dependennya adalah minat masyarakat menjadi nasabah Takaful Keluarga Jambi. Sedangkan peneliti sekarang fokus kepada pengetahuan dan minat masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah pada studi kasus salah satu desa di kota Yogyakarta.</p>
---	-------------	---	---	--

Dari uraian tabel tinjauan pustaka tersebut, dapat disimpulkan bahwa berbagai penelitian terdahulu dengan beberapa variabel acuan untuk peneliti selanjutnya mengarahkan hasil positif. Selain itu peneliti terdahulu melakukan penelitian di tahun yang berbeda-beda, serta objek penelitian yang berbeda. Sebagian peneliti terdahulu meninjau variabel faktor-faktor penyebab, persepsi, respon masyarakat. Peneliti selanjutnya akan lebih memfokuskan pada pengetahuan dan minat masyarakat dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Menurut Suryani (2008:5) perilaku konsumen adalah pelajaran tentang bagaimana seseorang, kelompok, dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan, dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau gagasan untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen masyarakat. Menjelaskan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat kita harus paham tentang apa yang akan dipikirkan dan dirasakan oleh konsumen, apa yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dikerjakan oleh konsumen (Setiadi, 2003:2)

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Konsumen atau pembeli memutuskan membeli dipengaruhi dengan 3 faktor, yaitu: Sangadji, (2013:7-9)

### a. Faktor pribadi

Faktor pribadi adalah faktor yang unik bagi individu. Faktor pribadi dapat mempengaruhi pembelian dikategorikan menjadi 3 yaitu:

#### 1) Demografi

Berhubungan meliputi ciri-ciri individual seperti laki-laki atau perempuan, umur, etnis, penghasilan, aktivitas keluarga dan pekerjaan.

#### 2) Situasional

Keadaan eksternal yang terjadi pada saat pembeli membuat membutuhkan atau ingin membeli.

#### 3) Tingkat Keterlibatan

Ditandai dengan konsumen mempertimbangkan kepuasan sebelum membeli suatu produk (Sangadji, 2013:7-9)

### b. Faktor psikologis

Faktor yang terdapat di tiap individu dengan menjadikan perilaku individu tersebut mempengaruhi perilakunya menjadi pembeli. Dikategorikan di antaranya:

#### 1) Motif

Energi internal yang mengacu pada aktivitas individu menjadi pemenuhan kebutuhan atau mencapai target.

## 2) Persepsi

Proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian memberikan informasi untuk menciptakan makna (Sangadji, 2013:336) Menurut (Toha, 2003:154) faktor-faktor persepsi yaitu:

- a) Internal: perasaan, sikap dan kepribadian individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai dan kebutuhan, minat dan motivasi
- b) Faktor eksternal: latar belakang keluarga, pengetahuan, kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu obyek.

## 3) Kemampuan

Kesanggupan dan efisiensi untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Kemampuan yang diteliti oleh para pemasar adalah kemampuan seorang untuk belajar di mana proses pembelajaran yang merupakan perubahan perilaku seorang disebabkan oleh informasi dan pengalaman (Sangadji, 2013:336).

## 4) Sikap dan Kepribadian

Sikap mengacu pada pengetahuan dan perasaan positif atau *negative* terhadap suatu obyek atau kegiatan tertentu. Kepribadian

yaitu semua ciri internal dan perilaku yang membuat seseorang itu berbeda. Kepribadian seseorang berasal dari keturunan dan pengalaman pribadi (Sangadji, 2013:337).

c. Faktor sosial

Manusia berkembang ditengah masyarakat, dengan begitu kegiatan perilaku konsumen akan mempengaruhi oleh masyarakat atau faktor sosial yang dikelilingnya seperti peran dan pengaruh keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, serta budaya dan subbudaya sekitar (Sangadji, 2013:337).

3. Proses Pengambilan Keputusan (Membeli)

Menurut Kotler keputusan pembelian barang konsumen sering ada lebih dari dua dari dua pihak yang terlibat dalam proses pertukaran atau pembeliannya. (Tjiptono, 2000:20). Pengambilan keputusan (memilih) yang dilakukan konsumen pada dasarnya untuk melakukan pembelian diawali oleh adanya kesadaran pemenuhan kebutuhan atau keinginan dari konsumen itu sendiri. Kotler dan Armstrong (2001) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan terdiri dari lima tahap yaitu menganalisa keinginan dan kebutuhan, pencarian informasi dan sumber informasi yang ada, evaluasi berbagai alternatif, keputusan untuk membeli, perilaku setelah pembelian / evaluasi pasca pembelian.

#### 4. Pengetahuan

Menurut Suryani dan Hendrayadi (2015:17) manusia merupakan satu-satunya makhluk yang mengembangkan pengetahuannya untuk tidak sekedar bertahan hidup, namun pula untuk mengatasi berbagai gejala, keadaan, dan permasalahan yang terjadi disekitarnya. Adanya sifat keingintahuan yang besar dari manusia untuk berupaya memperoleh penjelasan mengenai gejala dan keadaan yang terjadi tersebut. Aktivitas ini selanjutnya yang disebut dengan pengetahuan.

Engel, Blackwell, dan Miniard (1990:36) secara umum pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi masyarakat di dalam pasar disebut dengan pengetahuan masyarakat. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Sumarwan, 2011:147)

Ada tiga bidang umum pengetahuan umum konsumen, yaitu (Kania, 2016:772)

- a. Pengetahuan produk (*product knowledge*) adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk.
- b. Pengetahuan pembelian adalah pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan

akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan di mana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya.

- c. Pengetahuan pemakaian yaitu dinilai dari suatu barang yang memberikan manfaat pada pembeli jika barang yang telah digunakan. Jika manfaat yang diberikan tinggi maka pembeli akan tetap menggunakan barang tersebut dengan terus menerus.

## 5. Minat

Minat merupakan bagian dari sebuah perilaku individu dalam melakukan perilaku ekonomi. Menurut Kinnear dan Taylor dalam Dama (2016:505) minat adalah bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Minat adalah suatu rasa dan suatu ketertarikan pada sesuatu hal/aktivitas, tanpa ada yang menyuruh dan timbul tidak secara tiba-tiba atau spontan, melainkan timbul akibat partisipasi, pengetahuan dan kebiasaan (Slameto, 2010:57). Sedangkan menurut Schiffman dan Kamuk (2007:201) minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Tanggapan konsumen terhadap produk tergantung pada pengetahuannya akan informasi tentang fungsi sebenarnya dari produk tersebut, dengan demikian konsumen akan berpikir untuk melakukan minat membeli suatu produk dengan pengaruh informasi yang diterimanya.



Menurut Hurluck (2000:114-117) minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Hurlock menyebutkan bahwa semua minat mempunyai tiga aspek yaitu :

- a. Aspek kognitif yaitu aspek yang didasarkan atas konsep dikembangkan dari bidang yang dikembangkan dari minat itu sendiri. Berdasarkan pengalaman pribadi baik dari rumah, sekolah ataupun masyarakat sekitar.
- b. Aspek afektif atau bobot emosional yang merupakan konsep membangun aspek kognitif minat yang dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan dari minat. Berkembang dari pengalaman pribadi dari sikap orang yang penting yaitu orang tua, guru, orang terdekat terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut dan dari sikap yang dinyatakan atau tersirat dalam berbagai bentuk media masa terhadap suatu hal.
- c. Aspek psikomotor yaitu berjalan dengan lancar tanpa perlu pemikiran lagi, urutannya tepat. Namun kemajuan tetap memungkinkan sehingga keluwesan dan keunggulan meningkat meskipun semua berjalan lambat.

Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa minat adalah suatu kecenderungan seseorang dalam bersikap yang dapat diarahkan untuk memperhatikan suatu objek dengan melakukan sesuatu aktivitas tertentu

yang didorong oleh perasaan senang karena bermanfaat bagi dirinya sendiri.

Minat adalah suatu bentuk motivasi intrinsik, para ahli psikologi membedakan minat menjadi dua jenis yakni minat situasional dan minat pribadi. Minat situasional yang dipicu oleh sesuatu dilingkungan sekitar. Hal baru, berbeda, dan tidak terduga, atau secara khusus hidup sering menghasilkan minat situasional, begitu pula dengan hal-hal yang melibatkan aktivitas yang tinggi atau emosi yang kuat. Sedangkan minat pribadi relatif lebih stabil sepanjang waktu dan menghasilkan pola yang konsisten dalam pilihan yang dibuat individu. Minat pribadi dan pengetahuan biasanya saling menguatkan. Minat dalam gambaran tertentu dan pengetahuan bertambah merupakan akibat dari proses pembelajaran, yang mana pada akhirnya akan meningkatkan minat yang lebih besar lagi (Ivancevich, 2006:101-103).

#### 6. Macam-Macam Minat

Minat dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut: (Shaleh dan Wahab, 2004:265)

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat kuno merupakan minat yang muncul dari kebutuhan biologis atau jaringan tubuh, sedangkan minat sosial merupakan minat yang muncul dari proses belajar.

- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat digolongkan menjadi minat intrinsik merupakan minat yang berhubungan dengan aktivitas individu, sedangkan minat ekstrinsik merupakan minat yang memiliki tujuan akhir dari suatu kegiatan.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat digolongkan menjadi 4 diantaranya:
  - 1) *expressed interest* merupakan minat yang dijabarkan dengan melakukan permintaan untuk pernyataan yang digemari ataupun tidak dari pernyataannya dapat dijelaskan minatnya.
  - 2) *manifest interest* merupakan minat yang dijelaskan dengan pengamatan secara langsung
  - 3) *tested interest* merupakan merupakan minat yang dijelaskan dengan menyabarkan hasil dari pernyataan tes obyektif
  - 4) *inventoried interest* merupakan minat yang dijelaskan dengan menggunakan instrumen yang telah distandarisasikan.

#### 7. Faktor-faktor Munculnya Minat

Menurut Crow dan Crow ada tiga faktor yang menjadi munculnya minat, yaitu: (Shaleh dan Wahab, 2004:264)

- a. Dorongan dari dalam diri individu, contoh dorongan untuk makan, dorongan untuk makan akan membangkitkan minat bekerja atau mencari pendapatan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain. Dorongan yang akan meningkatkan minat guna memahami, belajar, menuntut ilmu, riset dan lain sebagainya.

- b. Motif sosial, menjadikan faktor yang meningkatkan minat guna melakukan aktivitas tertentu. Seperti minat terhadap busana muncul karena mendapatkan kesepakatan dan perhatian khusus dari orang lain. Minat untuk belajar atau menuntut ilmu pengetahuan yang timbul karena biasanya memiliki ilmu yang cukup luas (orang pandai) mendapatkan kedudukan yang tinggi dan terpuja dalam masyarakat.
  - c. Faktor emosional merupakan minat yang mempunyai ikatan erat dengan emosional. Contohnya individu memperoleh kesuksesan pada kegiatan hal tersebut membuat perasaan senang sehingga memperkuat minat dalam melakukan hal tersebut.
8. Asuransi Syariah

Menurut Sula (2004:28) asuransi dalam bahasa Arab disebut dengan *at-ta'min*, penanggung disebut dengan *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'amman lahu* atau *musta'min*. *At-ta'min* mempunyai arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut. Istilah lain yang sering digunakan untuk asuransi syariah adalah Takaful. Menurut Sula (2004:33) Takaful diambil dari kata *takafala-yatakafalu*, secara etimologis artinya menjamin atau "saling menanggung" satu sama lain. Takaful dalam fiqh muamalah adalah saling membantu risiko yang terjadi diantara sesama orang sehingga antara satu sama lain menjadi penanggung atas risiko yang terjadi. Saling membantu risiko dilakukan atas dasar saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara masing-

masing mengeluarkan dana tabarru', dana hibah, sumbangan, derma yang ditujukan untuk menanggung risiko. Takaful pengertian ini sesuai dengan al-Quran:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۗ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah” (QS. Al-Maidah[5]: 2)*

Sedangkan pengertian asuransi syariah menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 21/DSN-MUI/III/2002 tentang Asuransi Syariah adalah usaha sama-sama melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah manusia atau pihak melalui investasi dalam bentuk *asset* dan atau dana *tabarru'* yang menjelaskan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai prinsip syariah.

Menurut UU Nomor 40 tahun 2014 asuransi syariah adalah perjanjian-perjanjian, yang terdiri atas kesepakatan antara perusahaan

asuransi syariah (pengelola) dan pemegang polis (pemilik dana) dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi (Ramadhani, 2015:60-61)

- a. Memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atas tanggung jawab, hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa.
- b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

#### 9. Landasan Hukum Asuransi syariah

Di dalam Al-Quran dan hadist nabi Muhammad SAW tidak ada satu katapun yang mewajibkan umatnya untuk berasuransi, karena asuransi merupakan aktivitas muamalah yang muncul setelah zaman Nabi Muhammad SAW. Ada beberapa perintah Al-Quran dan Hadits yang dalam caranya memungkinkan agar umat muslim dianjurkan agar berasuransi. Anjuran-anjuran tersebut sangat berkaitan dengan kemaslahatan umat manusia (Muslehuddin, 1999:39). Adapun landasan syariah secara umum adalah sebagai berikut:

وَأَيُّخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

*“Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah*

*mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.” (QS. An-Nisa[4]:9)*

Prinsip-prinsip asuransi syariah menurut Aziz (2010:236-237)

- a. Dibangun atas dasar kerjasama (*ta'awun*)
- b. Asuransi syariah tidak bersifat jual beli (*mu'awadhah*), tetapi *tabarru'* atau *mudharabah*
- c. Sumbangan (*tabarru'*) sama dengan hibah (pemberian) oleh karena itu haram hukumnya ditarik kembali. Kalau terjadi peristiwa, maka diselesaikan menurut syariat.
- d. Setiap anggota yang menyeter uangnya menurut jumlah yang telah ditentukan harus disertai dengan niat membantu demi menegakkan perintah ukhuwah.
- e. Tidak dibenarkan seorang menyeto uangnya dengan tujuan supaya mendapatkan imbalan yang berlipat bila terkena suatu musibah. Akan tetapi, diberi uang jamaah sebagai ganti atas kerugian itu menurut izin yang diberika oleh jamaah.
- f. Apabila uang itu dikembangkan maka harus dijalankan melalui aturan yang syar'i
- g. Prinsip akad asuransi syariah adalah *takafuli* (tolong-menolong). Nasabah yang satu menolong nasabah yang lain yang tengah dilanda kesulitan.

- h. Dana yang terkumpul dari nasabah perusahaan asuransi syariah (premi) diinvestasikan berdasarkan syariah dengan sistem bagi hasil (*mudharabah*).
- i. Premi yang terkumpul diperlakukan tetap sebagai dana milik nasabah. Perusahaan hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya.
- j. Bila ada peserta yang terkena musibah untuk pembayaran klaim nasabah, dana diambilkan dari rekening *tabarru'* (dana sosial) seluruh peserta yang sudah di iklaskan untuk keperluan tolong menolong.
- k. Keuntungan investasi dibagi dua antara nasabah pelaku pemilik dana dan perusahaan selaku pengelola dana dengan prinsip bagi hasil.
- l. Adanya Dewan Pengawas Syariah dalam perusahaan asuransi syariah yang merupakan suatu kewajiban. Dewan ini berperan dalam mengawasi manajemen produk serta kebijakan invests supaya senantiasa sejalan dengan syariat Islam.

#### 10. Jenis-Jenis Asuransi Syariah

Asuransi syariah dibagi menjadi dua jenis, yaitu asuransi keluarga dan asuransi umum. (janwari, 2005:55-56)

##### a. Asuransi keluarga

Suatu bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta



asuransi syariah. Pada asuransi keluarga ditawarkan untuk perorangan, karena yang ditanggungkan adalah jiwa dari peserta. Produk-produk yang ditawarkan dalam asuransi keluarga di antaranya:

1) Asuransi jiwa

Asuransi syariah memberikan perlindungan risiko pada peserta apabila peserta meninggal atau tertimpa musibah.

2) Asuransi kesehatan

Perusahaan asuransi syariah memberikan klaim bagi peserta yang berobat, baik rawat inap maupun jalan.

3) Asuransi kecelakaan diri

Pada produk ini, perusahaan asuransi memberikan klaim pada peserta jika peserta mengalami kecacatan karena kecelakaan.

4) Asuransi perjalanan haji

Perusahaan akan memberikan klaim pada peserta atas suatu musibah yang terjadi pada saat melakukan ibadah haji.

b. Asuransi umum

Asuransi umum merupakan bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan dalam menghadapi risiko yang berupa bencana atau kecelakaan atas harta milik dari peserta asuransi syariah. Pertanggungn pada asuransi umum bisa pada perorangan, dan badan hukum. Dalam asuransi umum terdapat produk-produk yang ditawarkan diantara lain:

1) Asuransi kendaraan bermotor

Perusahaan asuransi syariah akan memberikan perlindungan terhadap risiko yang akan terjadi pada kendaraan motor milik peserta.

2) Asuransi kebakaran

Perusahaan asuransi akan memberikan perlindungan pada peserta atas suatu kejadian yang akan terjadi berupa kebakaran terhadap harta benda peserta.

3) Asuransi penyimpanan uang

Pihak perusahaan asuransi akan memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kehilangan uang di dalam penyimpanan akibat pencurian, perampokan atau tindakan kekerasan lainnya.

4) Asuransi mesin

Perusahaan asuransi syariah akan menanggung risiko yang akan terjadi berupa kerugian atau kerusakan yang tiba-tiba atau tidak terduga pada mesin dan peralatan selama masa operasional.

5) Asuransi risiko pembangunan

Pihak asuransi syariah akan memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan proyek pembangunan yang sedang berjalan. (Januari, 2005:55-56)

## 11. Perbedaan Asuransi Syariah dengan Asuransi Konvensional

Berikut tabel perbedaan antara asuransi syariah dan asuransi konvensional (Sula, 2004:326-327)

**Tabel 2.2 Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional**

No.	Prinsip	Syariah	Konvensional
1	Konsep	saling membantu, saling menjamin, dan bekerja sama dengan cara masing-masing sukarela dengan dana <i>tabarru'</i> .	kesepakatan antara dua pihak atau lebih, penanggung terikat diri kepada tertanggung, dengan mendapat premi asuransi, sebagai pergantian kepada tertanggung.
2	Sumber Hukum	Al-Quran, sunnah, <i>ijma'</i> , fatwa sahabat	pikiran manusia dan kebudayaan.  Berdasarkan hukum positif, hukum alami dan
3	“maghrib” (Maisir, Gharar, dan Riba)	Bebas dari praktek “Maghrib”	Terdapat unsur “Maghrib” yang mana diharamkannya dalam muamalah.
4	Pengawasan Dewan Syariah	Terdapat DPS yang mana berfungsi untuk mengawasi pelaksanaan	Tidak ada, sehingga dalam praktiknya terdapat unsur-unsur

---

		operasional perusahaan yang bertentangan agar terbebas dari unsur-unsur yang bertentangan dengan syariah.	
		unsur yang bertentangan dengan syariah.	
<b>5</b>	Akad	Akad <i>tabarru'</i> (tolong-menolong) dengan akad <i>tijarah</i> .	Akad jual beli
<b>6</b>	Jaminan / risk (risiko)	<i>Sharing of risk</i> terjadinya prose saling menanggung antara satu nasabah dengan nasabah lainnya ( <i>ta'awun</i> )	<i>Transfer of risk</i> terjadinya pengiriman risiko dari tertanggung kepada penanggung.
<b>7</b>	Pengelolaan Dana	adanya pemisahan dana premi, yaitu dana <i>tabarru'</i> dan dana nasabah, sehingga tidak mengenal dana hangus. <i>term insurance (life)</i> dan <i>general insurance</i> semuanya bersifat <i>tabarru'</i> .	Tidak adanya pemisahan dana yang berakibat pada terjadinya dana hangus.
<b>8</b>	Investasi	Alokasi dana investasi terpacu pada syariah	Alokasi dana berdasarkan bunga.

---

---

dengan bagi hasil.

<b>9</b>	Kepemilikan Dana	Dana dari nasabah adalah milik nasabah. Perusahaan sebagai pengelola dana.	Dana dari nasabah menjadi milik perusahaan. perusahaan bebas berkehendak.
<b>10</b>	Pembayaran Klaim	Dana <i>tabarru'</i> (dana kebajikan) seluruh nasabah sudah sukarela dana digunakan untuk tolong-menolong.	Dari rekening dana perusahaan.
<b>11</b>	Keuntungan	Dibagi antara perusahaan dan peserta sesuai dengan prinsip bagi hasil ( <i>mudharabah</i> ).	Seluruhnya menjadi milik perusahaan.

---

## 12. Asuransi Jiwa Syariah

### a. Pengertian Asuransi Jiwa Syariah

Asuransi jiwa adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yaitu pihak penanggung dan tertanggung saling mengikat diri dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan suatu pembayaran yang berdasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan (Sula, 2004:636).

Dalam asuransi syariah terdapat asuransi keluarga yang memiliki produk asuransi jiwa syariah. Pada jenis pertanggungan ini perusahaan asuransi syariah memberikan suatu perlindungan terhadap risiko yang akan terjadi yaitu kematian dengan memberikan santunan terhadap ahli waris yang ditinggalkan selama dalam masa perjanjian (Janwari, 2005:64).

### b. Aspek Akad dan Akuntansi Asuransi Syariah

#### 1) Akad

Akad yang digunakan dalam operasional asuransi syariah adalah *mudharabah musytarakah* dan *tabarru'*. Dan hal ini tertuang dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 53/DSN-MUI/III/2006 tentang *tabarru'* pada asuransi syariah.

Akad *mudharabah musytarakah* (pemilik modal dengan pelaksana yang dalam perjalanannya, pelaksana bisa memiliki saham) dapat diterapkan pada produk asuransi syariah yang

mengandung unsur tabungan maupun non tabungan. Sedangkan akad *tabarru'* adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebajikan dan tolong-menolong (Sula, 2004-386).

## 2) Akuntansi Asuransi Syariah

Akuntansi dalam bahasa arab biasa disebut *muhasabah*. Kata *muhasabah* berasal dari kata kerja *hasaba*, dan bisa juga diucapkan dengan *hisab*, *hasibah*, *muhasabah*, dan *hisaba*. Arti kata *Muhasabah* secara bahasa adalah menimbang atau memperhitungkan amal-amal manusia yang telah diperbuatnya.

وَكَايُنْ مِنْ قَرْيَةٍ عَنَّتْ عَنْ أَمْرِ رَبِّهَا وَرُسُلِهِ فَحَاسِبْنَاَهَا حِسَابًا شَدِيدًا وَعَذَّبْنَاَهَا عَذَابًا

نُكْرًا

“Dan berapalah banyaknya (penduduk) negeri yang mendurhakai perintah Tuhan mereka dan Rasul-rasul-Nya, maka Kami hisab penduduk negeri itu dengan hisab yang keras, dan Kami azab mereka dengan azab yang mengerikan.”(QS Ath-talaq ayat 8)

### c. Pandangan Tokoh Islam tentang Asuransi Syariah

Persoalan asuransi dalam Islam termasuk dalam area hukum Ijtihaiyah, artinya dalam menentukan hukum halal atau haramnya persoalan asuransi ini harus diputuskan dengan cara ijtihad para ulama dan cendikiawan yang ahli dalam bidang ini.

Menurut Zuhdi (1996:134), ditemukan empat pandangan ulama tentang hukum asuransi. *Pertama*, kelompok ulama yang berpendapat bahwa asuransi termasuk segala macam bentuk dan operasionalnya hukumnya haram. *Kedua*, kelompok ulama yang berpendapat bahwa

asuransi hukumnya halal atau diperbolehkan dalam Islam. *ketiga*, kelompok ulama yang berpendapat diperbolehkan adalah asuransi yang bersifat sosial sedangkan asuransi yang bersifat komersial dilarang dalam Islam dan *keempat*, kelompok ulama yang berpendapat bahwa asuransi hukunya termasuk syubhat, karena tidak ada dalil *syar'i* yang secara jelas mengharamkan atau menghalalkan asuransi.