

**Preferensi Nasabah terhadap Perusahaan Asuransi Syariah dan Konvensional
(Studi Kasus pada Perusahaan Asuransi AJB Bumiputera 1912 Cabang
Malang)**

**Vicky Mahendra Irsyad S.
Dr. Asfi Manzilati., SE., ME.**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
Email: Vickymahendra09@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini lembaga asuransi atau pertanggungan merupakan salah satu lembaga populer di tengah masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lembaga asuransi yang telah tumbuh berkembang di Indonesia. Asuransi ini mulai berkembang di Indonesia sejak zaman penjajahan belanda dan negara Indonesia pada saat itu masih bernama Nederlands Indie. Asuransi dalam terminologi hukum adalah perjanjian. Perkembangan asuransi di Indonesia menunjukkan angka kemajuan yang cukup baik. Perusahaan asuransi menunjukkan geliat pertumbuhan di dalam usaha yang mereka jalankan, yang mana semakin hari semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi di dalam kehidupan mereka. Kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah perlindungan atas berbagai macam risiko yang bisa terjadi dan menimpa diri mereka sewaktu-waktu adalah salah satu penyebab tingginya jumlah pengguna asuransi belakangan ini. Perkembangan industri perasuransian bisa dilihat selama empat tahun belakangan ini, tepatnya tahun 2011 hingga 2014, di mana aset industri asuransi konvensional mengalami pertumbuhan rata-rata yang mencapai lebih dari 16%. Hal ini juga terlihat dari pertumbuhan rata-rata yang terjadi di dalam nilai investasi dan premi yang masing-masing mengalami peningkatan sebesar 14,4% dan juga 21,0%. Salah satunya adalah asuransi AJB Bumiputera 1912, didirikan sejak 103 tahun yang lalu AJB Bumiputera adalah asuransi Indonesia yang merupakan pelopor asuransi di Indonesia dan jauh sebelum asuransi asing masuk ke Indonesia AJB Bumiputera sudah beroperasi dan merintis menjadi asuransi jiwa nasional terbesar di Indonesia serta merupakan salah satu aset nasional. Oleh karena itu dari latar belakang di atas penulis ingin mengetahui bagaimana preferensi nasabah AJB Bumiputera terhadap asuransi syariah dan konvensional. Untuk memperoleh hasil yang sesuai seperti dengan tujuan diatas, peneliti mengambil variabel Religiusitas, Klaim, Prosedur dan Layanan. Dan diperoleh hasil bahwa hasil positif dan signifikan pada variabel prosedur dan layanan serta diperoleh hasil negatif dan tidak signifikan pada variabel religiusitas dan klaim terhadap preferensi nasabah AJB Bumiputera pada asuransi syariah dan konvensional.

Kata Kunci: Preferensi Nasabah, Religiusitas, Klaim, Prosedur, Layanan

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini lembaga asuransi atau pertanggungan merupakan salah satu lembaga populer di tengah masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya lembaga asuransi yang telah tumbuh berkembang di Indonesia. Asuransi ini mulai berkembang di Indonesia sejak zaman penjajahan belanda dan negara Indonesia pada saat itu masih bernama Nederlands Indie. Asuransi dalam terminologi hukum adalah perjanjian.

Secara umum kata asuransi berasal dari Bahasa Inggris , yaitu “Insurance” yang jaminan. Kata asuransi diambil juga dari Bahasa Belanda “Assurante (asuransi)” yang dalam

hukum Belanda disebut “*verzekering*” yang artinya pertanggungan dan dalam Bahasa Indonesia sendiri asuransi pun memiliki arti “tanggungan” atau pertanggungan”. Menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 1992, yang dimaksud dengan asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian pada 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 dipertanggungkan,

Sedangkan asuransi dalam islam adalah termasuk perkara ijthadiyah, sebab tidak terdapat Al-Qur’an dan hadits. Dan perlu memerlukan kajian mendalam untuk menentukan halal dan tidaknya lembaga yang berasal dari barat ini. Ulama ulama besar yang hidup abad ke 19 belum memberikan fatwa khusus tentang asuransi. Hanya kalangan ulama kontemporer yang berikhtilaf pendapat dalam masalah asuransi. Pendapat cendekiawan ini terbagi dalam dua kelompok besar berikut:

- a. Kelompok pertama, mengharamkan asuransi secara mutlak. Ulama yang termasuk dalam golongan pertama ini adalah Isa Abduh, Yusuf Qardlawi, Sayyid Sabiq dan Abdullah al-Qalqili dengan alasan berikut (Sumitro, 1997)
 - (1) Asuransi mengandung unsur masyir (judi), padahal Allah telah mengharamkan judi dalam surat al-Baqarah (2): 219.
 - (2) Asuransi mengandung unsur gharar (ketidak jelasan)
 - (3) Asuransi mengandung unsur riba, Allah memperingatkan dengan keras dalam Al-Qur’an surat Al-Baqarah (2): 278
 - (4) Asuransi mengandung unsur eksploitasi, karena pemegang polis bila tidak mampu melanjutkan pembayaran preminya maka dananya akan hangus atau berkurang.
 - (5) Asuransi termasuk dalam kategori tukar menukar mata uang yang tidak bersifat tunai.
- b. Kelompok kedua adalah golongan ulama yang memperbolehkan praktek asuransi dalam islam. Pendapat ini dikemukakan oleh Abdul Wahab Kalaf, Mustafa Ahmad Zarqa, Muhammad Yusuf Musa, Muhammad Nejatullah Siddiqi, Muhammad al-Bahi, dan Abdurrahman Isa. Diantara alasannya adalah:
 - (1) Tidak ditemukan dalam Al-Qur’an atau hadits yang secara jelas dan tegas melarang kegiatan asuransi. Sehingga tidak bisa diharamkan begitu saja. Karena semua urusan muamalah pada dasarnya diperbolehkan, kecuali ada hal yang dianggap bertentangan dengan hukum syar’i.
 - (2) Kesepakatan dan kerelaan antara kedua belah pihak.
 - (3) Memberikan keuntungan bersama antara kedua belah pihak.
 - (4) Pengelolaan asuransi dengan akad mudharabah dengan sistem keuntungan bagi hasil.
 - (5) Memiliki sifat yang sama dengan koperasi. Yaitu mensejahterakan anggota asuransi.

Selama beberapa tahun belakangan ini, perkembangan asuransi di Indonesia menunjukkan angka kemajuan yang cukup baik. Perusahaan asuransi menunjukkan geliat pertumbuhan di dalam usaha yang mereka jalankan, yang mana semakin hari semakin banyak nasabah yang menggunakan layanan asuransi di dalam kehidupan mereka. Kesadaran masyarakat akan pentingnya sebuah perlindungan atas berbagai macam risiko yang bisa terjadi dan menimpa diri mereka sewaktu-waktu adalah salah satu penyebab tingginya jumlah pengguna asuransi belakangan ini. Hal ini tentu saja menjadi sebuah keuntungan tersendiri bagi

perusahaan asuransi yang menyediakan layanan asuransi, di mana akan semakin luas pasar yang bisa diolah dan dijadikan sebagai sasaran penjualan produk yang mereka miliki.

Dalam triwulan III tahun 2015, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat peningkatan perkembangan industri asuransi di tanah air. Hal ini semakin menjelaskan bahwa masyarakat mulai memahami asuransi merupakan bagian dari manajemen risiko yang harus dipersiapkan dalam kehidupan baik sebagai proteksi diri, usaha dan lain-lain. Berdasarkan catatan, sampai dengan September 2015 terdapat lebih dari 137 perusahaan asuransi konvensional yang terdiri dari perusahaan asuransi jiwa, perusahaan asuransi umum, perusahaan reasuransi, perusahaan yang menyelenggarakan asuransi wajib serta asuransi sosial 52 perusahaan asuransi dan unit usaha yang menyelenggarakan prinsip syariah, 168 perusahaan pialang asuransi, 28 perusahaan pialang reasuransi, dan 28 perusahaan penilai kerugian/*loss adjuster*.

Perkembangan industri perasuransian bisa dilihat selama empat tahun belakangan ini, tepatnya tahun 2011 hingga 2014, di mana aset industri asuransi konvensional mengalami pertumbuhan rata-rata yang mencapai lebih dari 16%. Hal ini juga terlihat dari pertumbuhan rata-rata yang terjadi di dalam nilai investasi dan premi yang masing-masing mengalami peningkatan sebesar 14,4% dan juga 21,0%, seperti diungkapkan oleh Kepala eksekutif Pengawas IKNB Firdaus Djaelani dalam seminar Insurance Outlook 2016 di Jakarta. Data tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan positif yang terjadi di dalam bisnis asuransi. Sedangkan pada tahun 2015, aset dan investasi industri asuransi konvensional hingga akhir September menunjukkan angka hingga mencapai Rp765,6 triliun dan Rp608,6 triliun. Keberadaan usaha asuransi syariah tidak lepas dari keberadaan usaha asuransi konvensional yang telah ada sejak lama. Sebelum terwujud usaha perasuransian syariah sudah terdapat berbagai macam perusahaan asuransi konvensional yang telah lama berkembang. Atas dasar keyakinan umat Islam dunia dan manfaat yang diperoleh melalui konsep asuransi syariah, maka lahirlah berbagai perusahaan asuransi yang menjalankan usaha perasuransian berlandaskan prinsip syariah. Perusahaan ini bukan saja dimiliki orang Islam, namun juga berbagai perusahaan milik non muslim. Selain itu juga terdapat perusahaan induk dengan konsep konvensional ikut memberikan layanan asuransi syariah dengan membuka kantor cabang atau unit usaha syariah (UUS).

Perkembangan perusahaan asuransi berlandaskan Islam di Indonesia terkait dengan beroperasinya bank syariah sehingga diperlukan kehadiran jasa asuransi syariah. Perusahaan asuransi syariah pertama kali didirikan pada tahun 1994 melalui PT Syarikat Takaful Indonesia (STI). PT STI memiliki dua anak perusahaan, yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga (ATK) dan PT Asuransi Takaful Umum (ATU). Menurut data pemerintah BAPEPAM LK2 Kementerian Republik Indonesia, sampai dengan tanggal 31 Januari 2011, di Indonesia terdapat 44 perusahaan yang bergerak di bidang perasuransian syariah, lima diantaranya merupakan asuransi syariah penuh (*full Islamic insurance system*), yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga (ATK), PT Asuransi Takaful Umum (ATU), dan PT Asuransi Syariah Mubarakah (ASM), PT Jaya Proteksi Takaful, dan PT Asuransi Jiwa Al-Amin, sedangkan 37 unit asuransi syariah (UUS), dan tiga perusahaan reasuransi yang memiliki unit syariah. Kondisi ini menunjukkan bisnis asuransi syariah di Indonesia mulai ditekuni secara serius. Permintaan asuransi syariah di masyarakat sudah meningkat yang dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia sudah mulai terbiasa untuk bertransaksi dengan menggunakan syariah Islami.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

- Bagaimana preferensi nasabah terhadap asuransi syariah dan konvensional di perusahaan Asuransi Bumiputera?

1.3 Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui preferensi nasabah terhadap asuransi syariah dan konvensional di perusahaan asuransi bumiputera

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini diharapkan yang nantinya akan membawa manfaat tersendiri untuk masyarakat Indonesia dan umat yang beragama muslim khususnya mengenai informasi tentang Asuransi Syariah dan perbedaannya dengan non Syariah atau Konvensional agar masyarakat tahu bahwa Asuransi Syariah adalah Asuransi baru yang juga tidak kalah bagusnya dengan Asuransi non Syariah yang sudah berdiri sejak lama.

B. KAJIAN PUSTAKA

Kerangka Teori

Pada sebuah penelitian tentunya peneliti memerlukan kerangka teori untuk dijadikan sebagai landasan untuk membuat hipotesis. Selain itu, kerangka teori juga digunakan untuk penguat pada saat peneliti mempresentasikan hasil penelitiannya serta pembatas agar lebih fokus kepada permasalahan yang diteliti. Adapun isinya terdiri dari teori utama diikuti dengan beberapa sub bab sebagai pendukung serta penguat teori utama.

Teori Perilaku Konsumen

Menurut Mowen (2002) bahwa, “perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide”

1. Pendekatan *marginal utility* (kardinal)

Pendekatan kardinal didasarkan pada asumsi bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari mengkonsumsi barang dapat diukur dengan satuan tertentu seperti rupiah, jumlah, unit dan lain-lain. Semakin besar jumlah barang yang dapat dikonsumsi maka semakin tinggi tingkat kepuasannya. Konsumen yang rasional akan berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya pada tingkat pendapatan yang dimilikinya. Besarnya nilai kepuasan akan sangat bergantung pada individu (konsumen) yang bersangkutan.

2. Pendekatan *Indifference Curve* (Ordinal)

Pendekatan ordinal mengasumsikan bahwa konsumen mampu meranking/membuat urutan-urutan kombinasi barang yang akan dikonsumsi berdasarkan kepuasan yang akan diperolehnya tanpa harus menyebutkan secara absolut. Pendekatan ordinal menggunakan analisis kurva indiferensi. Kurva indiferensi adalah kurva yang menunjukkan berbagai titik-titik kombinasi konsumsi dua barang yang memberikan kepuasan yang sama.

Mengukur kepuasan konsumen dengan pendekatan kurva indiferensi didasarkan pada 4 (empat) asumsi, yakni:

- a. Konsumen memiliki pola preferensi akan barang-barang konsumsi yang dinyatakan dalam bentuk peta indiferensi
- b. Konsumen memiliki dana dalam jumlah tertentu
- c. Konsumen selalu berusaha untuk mencapai kepuasan maksimum
- d. Semakin jauh dari titik origin, maka kepuasan konsumen semakin tinggi

Teori Preferensi Konsumen

Preferensi adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang akan dikonsumsi atau preferensi juga dapat diartikan sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen. Preferensi ini terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Assael (1992) membatasi kata persepsi sebagai perhatian kepada pesan, yang

mengarah ke pemahaman dan ingatan. Persepsi yang sudah mengendap dan melekat dalam pikiran akan menjadi preferensi.

Samuelson dalam Sudarsosno (1991) memperlakukan pengetahuan tentang preferensi konsumen yaitu teori preferensi nyata (*revealed preference*). Setiap konsumen pasti memiliki preferensi. Preferensi ini akan mengarahkan konsumen dalam pembelian barang-barang kebutuhannya di pasar. Jadi apa yang dibelinya dipasar merupakan petunjuk atas susunan preferensi yang nyata baginya.

Teori Konsumsi dalam Islam

Sumar'in (2013) menyatakan bahwa dalam perspektif Islam keinginan lebih identik dengan sesuatu yang bersumber dengan nafsu. Oleh karena itu teori permintaan yang terbentuk dari perspektif Islam ialah yang berdasar atas kebutuhan individu akan suatu barang atau jasa, bukan keinginan. Pentingnya penegasan dan pembatasan antara keinginan dan kebutuhan tersebut lah yang menjadikan praktek konsumsi dalam Islam lebih terarah dan terkendali.

Naqfi (1985) dalam Sumar'in (2013) menyatakan terdapat 6 pokok etika dan norma dari konsumsi dalam Islam, di antaranya:

1. Tauhid

Tauhid diperlukan agar konsumsi yang dilakukan dapat berujung pada konsumsi dengan pengabdian kepada Allah sebagai cita-cita akhir dengan berdasar sumber hukum Al-Qur'an dan Hadist sebagai media atau sistem untuk mencapai cita-cita tersebut.

2. Adil

Keadilan yang didapat dari usaha memberikan hak kepada setiap individu yang berhak menerima sekaligus menjaga dan memelihara hak tersebut.

3. Kehendak yang bebas (*free will*)

Manusia menyadari bahwa adanya qadha' dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat dari kehendak Allah SWT.

4. Amanah

Kehendak yang bebas tidak menjadikan manusia menjadi lepas dari tanggung jawab. Untuk itu, amanah dan tanggung jawab merupakan prinsip utama yang harus dipegang atas segala tindakan yang telah di perbuat.

5. Halal

Islam membatasi kebebasan berkehendak dengan hanya mengkonsumsi barang atau jasa yang halal yang menunjukkan nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta memiliki masalah yang paling optimal.

6. Sederhana

Hal yang paling penting yang harus dijaga dalam berkonsumsi adalah menghindari sifat boros dan melampaui batas. Karna dalam Islam perbuatan israf termasuk sebuah larangan, namun pelit juga dilarang dalam Islam.

Preferensi Konsumen Atas Lembaga Keuangan Non Bank

Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang akan dibeli dari disposable income mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Lembaga keuangan adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan atau tagihan dibandingkan dengan aset nonfinansial atau aset riil. Lembaga keuangan memberikan pembiayaan/kredit kepada nasabah dan menanamkan dananya dalam surat-surat berharga. Di samping itu, lembaga keuangan juga menawarkan berbagai jasa keuangan antara lain menawarkan berbagai jenis tabungan, proteksi, asuransi, program pensiun, penyediaan sistem pembayaran dan mekanisme transfer dana. (Suyatno,dkk,2003). Lembaga keuangan non bank tentunya berbeda dengan lembaga keuangan bank. Kegiatan utama lembaga keuangan bukan bank penghimpunan dana namun, lembaga keuangan non bank tidak memiliki cara-cara

penghimpunan dana yang selengkap bank. Menurut Sholahuddin dan Lukman (2008:3) lembaga keuangan non bank adalah lembaga pembiayaan yang terfokus kepada salah satu bidang saja, kemudian masing-masing lembaga keuangan non bank dalam menghimpun atau menyalurkan dana mempunyai cara-cara tersendiri.

Preferensi Konsumen Atas Produk Asuransi

Penerapan preferensi pada perasuransian dapat digambarkan melalui perilaku konsumen. Berikut dijelaskan mengenai indikator-indikator yang akan mempengaruhi pilihan konsumen atas produk asuransi

1. Religiusitas

Religiusitas atau keagamaan seseorang ditentukan dari banyak hal, di antaranya: pendidikan keluarga, pengalaman, dan latihan-latihan yang dilakukan pada waktu kita kecil atau pada masa kanak-kanak. Seorang remaja yang pada masa kecilnya mendapat pengalaman-pengalaman agama dari kedua orang tuanya, lingkungan sosial dan teman-teman yang taat menjalani perintah agama serta mendapat pendidikan agama baik di rumah maupun di sekolah, sangat berbeda dengan anak yang tidak pernah mendapatkan pendidikan agama di masa kecilnya, maka pada dewasanya ia tidak akan merasakan betapa pentingnya agama dalam hidupnya. Orang yang mendapatkan pendidikan agama baik di rumah maupun di sekolah dan masyarakat, maka orang tersebut mempunyai kecenderungan hidup dalam aturan-aturan agama, terbiasa menjalankan ibadah dan takut melanggar larangan-larangan agama.

2. Return/Klaim

Klaim adalah aplikasi oleh peserta untuk memperoleh pertanggungan atas kerugian nya yang tersedia berdasarkan perjanjian. Sedangkan klaim adalah proses yang mana peserta dapat memperoleh hak-hak berdasarkan perjanjian tersebut.

3. Prosedur

Prosedur merupakan langkah yang dilaksanakan untuk menyelesaikan kegiatan atau aktivitas, sehingga dapat tercapainya tujuan yang diharapkan secara efektif dan efisien, serta dapat dengan mudah menyelesaikan suatu masalah secara terperinci menurut jangka waktu yang telah ditentukan.

4. Layanan

Layanan atau pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Tjiptono (1997:61) menyimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang/persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang/persepsi konsumen. Hal ini disebabkan karena konsumenlah yang mengkonsumsi serta yang menikmati jasa layanan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa.

. C. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan sebagai objek penelitian adalah nasabah perusahaan asuransi AJB Bumiputera 1912 cabang Malang Kota yang berjumlah 130 orang. Adapun teknik yang digunakan adalah acidental sampling. Variabel dependen pada penelitian ini adalah religiusitas, klaim, prosedur, layanan. Sedangkan variabel independennya adalah preferensi nasabah terhadap perusahaan asuransi syariah dan konvensional. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer (Kuesioner) dan data sekunder (wawancara). Teknik analisis data menggunakan Regresi Logistik

D. HASIL

Klasifikasi karakteristik responden pada penelitian ini terbagi menjadi 4, yaitu: Jenis Kelamin (laki-laki: 66,9%, dan perempuan 33,07%) dari 130 responden, Usia Responden (21-30 thn: 21,5%, 31-40 thn: 34,6%, 41-50 thn: 37,6, dan >50 thn: 5,3%) dari 130 responden, Tingkat Pendidikan Terakhir Responden (sd-smp: 3,8%, sma- d3: 44,6, s1-s3: 52,3%) dari 130 responden dan Pekerjaan Responden (wiraswasta: 45,3%, karyawan swasta: 44,6%, pns: 10%) dari 130 responden.

Hasil Analisis Regresi Logistik

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a X1	.117	.109	1.145	1	.285	1.124
X2	.008	.151	.003	1	.960	1.008
X3	-.601	.162	13.757	1	.000	.548
X4	.336	.122	7.553	1	.006	1.400
Constant	.480	2.077	.053	1	.817	1.616

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4.

Berdasarkan nilai koefisien regresi pada tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi logistik sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 0.480 + 0.117 X_1 + 0.008 X_2 - 0.601 X_3 + 0.336 X_4 + e$$

Nilai signifikansi yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$. Berdasarkan tabel di atas pada kolom signifikansi, nilai yang lebih kecil $\alpha = 0,05$ adalah faktor prosedur (X_3) dengan nilai 0,000, dan faktor layanan (X_4) dengan nilai 0,006. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat keyakinan 95 % variabel X_3 , X_4 , berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk asuransi. Sedangkan faktor religiusitas (X_1) dengan nilai 0,285, dan faktor return/klaim (X_2) dengan nilai 0,960 lebih dari nilai signifikansi $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan tingkat keyakinan 95 % variabel X_1 dan X_2 tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jenis asuransi sehingga X_1 dan X_2 bisa dikeluarkan dari model. Meskipun X_1 dan X_2 pengaruhnya terhadap variabel Y akan sangat kecil.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	139.883 ^a	.267	.356

a. Estimation terminated at iteration number 5 because parameter estimates changed by less than .001.

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Nagelkerke R Square adalah sebesar 0.356 yang artinya bahwa pengaruh variabel bebas (tingkat pendidikan, pendapatan, jumlah anak dan religiusitas) terhadap variabel terikat (keputusan menjadi nasabah produk asuransi syariah) mampu menjelaskan sebesar 35,6%. Sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Uji Kelayakan Model Regresi

Observasi	Prediksi		
	keputusan nasabah (Y)		Percentage Correct
	Syariah	Konvensional	
keputusan nasabah (Y) Syariah	46	19	70.8
Konvensional	23	42	64.6
Overall Percentage			67.7

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa 70,8% dapat diklasifikasikan sebagai responden yang memutuskan untuk memilih produk asuransi syariah. Sedangkan 64,6% diklasifikasikan sebagai responden yang memutuskan memilih produk asuransi konvensional. Secara keseluruhan 67,7% dapat diklasifikasikan dengan benar.

Pembahasan

Untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada persamaan regresi logistik dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai statistik Wald dengan nilai pembanding Chi-Square pada derajat bebas (db) = 1 pada α 5% yaitu sebesar 3.841, di mana nilai statistik Wald yang lebih besar dari nilai Chi-Square menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Selain itu dapat membandingkan nilai signifikansi (p-value) dengan alpha sebesar 5%, di mana p-value yang lebih kecil dari α menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

Odd ratio menunjukkan perbandingan kecenderungan responden memilih kategori Y=2 (konvensional) dibandingkan dengan responden memilih kategori Y=1 (syariah) seiring dengan peningkatan nilai variabel yang diamati. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut. Nilai odd ratio yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa kecenderungan responden akan lebih memilih kategori Y=2 (konvensional) lebih tinggi dibandingkan dengan akan memilih kategori Y=1 (syariah). Sedangkan nilai odd ratio yang lebih kecil dari 1 menunjukkan bahwa kecenderungan responden akan lebih memilih kategori Y=1 (syariah) lebih tinggi dibandingkan dengan akan memilih kategori Y=2 (konvensional).

Variabel	B	Wald	Sig.	Exp(B)	Keterangan
X1 (religiusitas)	0.117	1.145	0.285	1.124	Tidak signifikan
X2 (return/klaim)	0.008	0.003	0.960	1.008	Tidak signifikan
X3 (prosedur)	-0.601	13.757	0.000	0.548	Signifikan
X4 (layanan)	0.336	7.553	0.006	1.400	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini adalah berupa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel prosedur dan layanan terhadap keputusan memilih antara produk asuransi baik yang syariah maupun konvensional. Sedangkan untuk faktor religiusitas dan klaim tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih antara produk asuransi baik yang syariah maupun konvensional. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai pengaruh variabel bebas terhadap keputusan memilih antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional.

E. Penutup

Kesimpulan

1. Diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jenis bank antara bank syariah dan bank konvensional di antaranya adalah faktor prosedural, faktor layanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih jenis produk asuransi. Sedangkan pada faktor religiusitas, dan faktor klaim tidak berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih jenis produk asuransi.
2. Faktor religiusitas ditemukan bahwa seluruh responden menunjukkan jawaban positif dari indikator-indikator yang digunakan. Namun dalam analisis yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa pada faktor religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan. Artinya tinggi rendahnya religiusitas yang dimiliki oleh seseorang tidak mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih antara produk asuransi syariah dan asuransi konvensional. Dari tingkat religiusitas yang tinggi tersebut ditemukan bahwa responden dalam memilih kedua jenis asuransi tersebut tidak memperhatikan tentang masyir, gharar, riba (maghrib), pasalnya responden masih ada yang menggunakan produk dari asuransi konvensional.
3. Faktor klaim ditemukan bahwa seluruh responden menunjukkan jawaban positif dari indikator-indikator yang digunakan. Namun dalam analisis yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa pada faktor return/klaim tidak berpengaruh secara signifikan. Artinya dengan klaim yang tinggi oleh perusahaan asuransi tersebut tidak mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih antara produk asuransi syariah dan asuransi konvensional. Karena ada anggapan juga bahwa return/klaim yang tinggi menjadi tidak berarti apabila proses mendapatkannya tidak mudah.
4. Faktor prosedur telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih jenis produk asuransi. Ditemukan bahwa sebagian besar responden telah tahu tentang bagaimana kemudahan prosedur yang diberikan oleh perusahaan asuransi yang telah mereka ikuti. Hal tersebut ditunjukkan pada besarnya tingginya jawaban positif dari para responden. Hal tersebut memenuhi asumsi dimana jika perusahaan asuransi tersebut memiliki klaim yang mudah, efektif dan efisien akan menarik minat untuk menjadi peserta perusahaan asuransi tersebut baik asuransi syariah maupun konvensional.

5. Faktor layanan telah terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih jenis produk asuransi. Serta diperkuat pada besarnya tingginya jawaban positif dari para responden. Ditemukan bahwa rata rata responden sudah mengetahui bagaimana pelayanan atau layanan serta fasilitas yang telah disediakan dan diberikan oleh perusahaan asuransi yang telah mereka pilih dan ikuti. Hal tersebut berasumsi bahwa layanan merupakan sebagai pertimbangan dan penunjang nasabah dalam memilih jenis asuransi. Jika perusahaan asuransi tersebut memberi pelayanan yang sopan, santun, dan ramah maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan asuransi tersebut.

Saran

1. Peneliti seharusnya lebih pro aktif terhadap responden dalam mendampingi responden mengisi kuisioner, sehingga respon bias dapat diperkecil apabila responden tidak mengerti mengenai item pertanyaan dalam kuisioner.
2. Bagi peneliti disarankan melakukan wawancara kepada responden yaitu kepada nasabah asuransi syariah dan nasabah asuransi konvensional agar dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya pada objek penelitian dan juga dapat mempertegas hasil penelitian yang didapatkan.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
Jakarta : Rineka Cipta
- Atika, Nurul. 2014. *Analisis Perbandingan Asuransi Syariah Dan Asuransi Konvensional (Studi Pada PT. Asuransi Jasindo Takaful Cabang Medan)*
- Boediono. 2010, *Pengantar Ilmu Ekonomi No.1. Ekonomi Mikro*. Yogyakarta
- Dellarosa, Evelyn. 2015. *Kajian Komparatif Produk Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional Serta Kesesuaian Antara Ketentuan Asuransi Syariah Dengan Penerapannya (Studi Kasus Pada PT. AIA Financial Cabang Kota Malang)*
- Ghozali. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. 2012. *Analisis Multivariat*. Yogyakarta : BPFE
- Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi Jakarta:Salemba Empat*
- Nababan, Denisa Irawaty. 2013 *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Kecamatan Medan Helvetia Dalam Memilih Lembaga Keuangan Sebagai Sumber Pendanaan*
- Patriani, Natasha Gena. 2012. *Analisis Pengelolaan Dana Investasi Asuransi Jiwa Syariah Dan Konvensional Serta Perlakuannya Terhadap Hasil Investasi Yang Diperoleh (Studi Kasus PT Asuransi Jiwa XYZ)*
- Puspitasari, Novi. 2011. *Sejarah Dan Perkembangan Asuransi Islam Serta Perbedaannya Dengan Asuransi Konvensional*
- Simamora, Bilson. 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia

Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung :

Alfabeta

Sumanto, Agus, Edi dkk, 2009. Solusi Berasuransi: Lebih Indah Dengan Syariah.

Bandung: PT Karya Kita

Sumitro, Warkum. 1997. Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait di Indonesia .
Jakarta : Grafindo Persada

Syakir Sula, Muhammad.2004.Asuransi Syariah (life and general).Jakarta: Gema

Insani

Tjiptono,Fandy.1997.Strategi Pemasaran, Edisi ke-2. Yogyakarta:Andi Offset

Wiratama, Cony Marta. 2015. Analisis Pengaruh Religiusitas dan Performa Produk (*Return*,
Prosedur dan Layanan) Terhadap Preferensi Peserta Asuransi Syariah di Kota
Malang

http://www.bumiputera.com/pages/default/our_company/company_profile diakses pada
tanggal 10 Oktober 2016

<http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2015/11/08/349103/perkembangan-asuransi-meningkat-signifikan> diakses pada tanggal 11 Oktober 2016

<https://www.cermati.com/artikel/perkembangan-perusahaan-asuransi-di-indonesia> diakses
pada tanggal 11 Oktober 2016

<http://www.himalayains.com/index.php/latest-news/insurance-knowledge/492-prospek-dan-tantangan-asuransi-syariah-di-indonesia> diakses pada tanggal 11 Oktober 2016