

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

FORMULIR PERSETUJUAN NASKAH PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HERI
NIK : 20120730214

adalah Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa :

Nama : Syah Amelia Manggala Putri, S.E., M.E.I.
NPM : 10891021201604113058
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : EPI
Judul Naskah Ringkas : Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat kota karawang dalam ber asuransi syariah (Studi kasus PT. Asuransi Sinaruas.)
Hasil Tes Turnitin* : 18%

Menyatakan bahwa naskah publikasi ini telah diperiksa dan dapat digunakan untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Yogyakarta, 04 April 2018

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi,


(Dr. Masyroh, M.A.)


(Syah Amelia Manggala Putri)

*Wajib menyertakan hasil tes Turnitin atas naskah publikasi.

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT MASYARAKAT KOTA KARAWANG DALAM
BERASURANSI SYARIAH (STUDI KASUS PT.ASURANSI
SINARMAS)**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECT PEOPLE'S INTEREST IN
KARAWANG CITY WITH SYARIA INSURANCE (CASE STUDY
PT. SINARMAS INSURANCE)**

Oleh:

Heri

Dosen Pembimbing Skripsi:

Syah Amelia Manggala Putri, S.El.,M.E.I.

*Fakultas Agama Islam Universitas Muhamadiyah Yogyakarta Jl. Ring Road barat, Tamantirto,
Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184*

E-mail : heri.jangkung16@gmail.com

manggalaputri89@gmail.com

Abstrak

Latar belakang penelitian ini untuk mengetahui minat masyarakat Kota Karawang dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas. Tingkat kesadaran masyarakat akan asuransi masih rendah jika dibandingkan dengan kesadaran berasuransi. Padahal potensi asuransi syariah di Indonesia sangat besar, salah satunya di Kota Karawang yang mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan pengambilan sample dengan menggunakan *stratified random sampling*. Data ini menggunakan data primer dan sekunder. Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner, kemudian data yang diperoleh diolah dengan SPSS 22. Deskriptif dari regresi berganda, uji simultan dengan F-Tes serta regresi persial. Hasil penelitian ini variabel X1 (kebutuhan), X2 (pelayanan) dan X3 (tempat) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y dengan F-hitung 3.862 sig 0,013 dibawah 0,05. Variabel yang paling dominan terhadap minat dalam berasuransi syariah di PT.Asuransi Sinarmas yaitu variabel (X3) tempat dengan nilai hitung 3.299 dan probabilitas 0,002 < 0,05. Berdasarkan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tempat (X3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas (Y)

Kata kunci: Kebutuhan, Pelayanan, Tempat dan Minat

Abstract

The background of this research is to identify public interest in Karawang city toward Sharia insurance at PT. Asuransi Sinarmas. Public awareness on insurance is still considerably low to compared with awareness on having insurance. Meanwhile, The potential of sharia insurance in Indonesia is high, one among other city is Karawang majority of population is moslem. This research used quantitative methods and sample were taken using stratified random sampling. This data used were primary and secondary data. Instrument in the research was questionnaire. Futher, data compiled was analyzed using SPSS 22. Descriptive using multiple regression, simultaneous test with F-test and persial regression. The results indicated that variables X 1 (needs), X 2 (services) and X 3 (location) simultaneously influence Y with F-female 3,862 sig 0.013 below 0.05. The most dominant variabel of interest toward sharia insurance at PT. Sinarmas is variabel (X3) location with the value of 3,299 and probabality 0.002 < 0.05. Based on the research, result show that variables of location (X3) give positive and significant influence toward public interest toward sharia insurance at PT. Asuransi Sinarmas (Y).

Keywords: needs, services, location and interest

PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban manusia menuju era industri praktis menuntut semua hal dilakukan serba cepat dan tepat. Membuat manusia memikirkan semua kehidupannya di masa sekarang atau masa yang akan datang. Rasa khawatir akan keselamatan hidup, kesehatan dan lain-lain membuat manusia membutuhkan jaminan akan hal tersebut.¹ Upaya yang dapat dilakukan oleh manusia untuk menghindari semua resiko yaitu dengan cara melimpahkannya kepada pihak ketiga yaitu asuransi.² Keberhasilan sistem dalam asuransi syariah didukung oleh faktor internal maupun eksternal. Faktor internal didukung oleh kualitas, pelayanan, promosi atau pemasaran yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Faktor eksternal pengambilan keputusan dari nasabah dalam menggunakan asuransi syariah dapat diketahui dari faktor psikologis yang meliputi kebutuhan, perilaku, sikap, dan selera.³

Dalam konsep perasuransian, seseorang ingin memenuhi atau mendapatkan kebutuhan dari akan suatu aktivitas yang memiliki resiko. Sehingga seseorang

¹ Ruswanti, Endang. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Produk Asuransi Jiwa Sinarmas Di Kota Tangerang*. Jurnal. Vol 4. No 1. Tahun 2017. Hal 110

² Lestari, Widiya, *Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Nasabha Dalam Memilih Asuransi Syariah*, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2015, Hal, 16.

³ Ibid. Hal 17.

membutuhkan suatu lembaga yang berfungsi dalam pengalihan resiko yaitu asuransi. Asuransi sebagai lembaga pengalihan suatu resiko selalu mementingkan dari berbagai faktor yang dibutuhkan nasabah salah satunya dari segi pelayanan, pelayanan adalah faktor penting yang akan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih dan membeli produk asuransi. Menurut Abdul Rahman Shaleh dalam Widiya, pelayanan yaitu segala kegiatan yang dilakukan dalam menyediakan segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh konsumen dalam bentuk produk serta demi kepuasan dari konsumen itu sendiri dalam membeli produk guna untuk mendapatkan kepuasan konsumen.⁴ Selain pelayanan yang baik, konsumen melihat dari segi tempat dalam berasuransi. Menurut Tjiptono dalam Christian A.D, Lokasi atau tempat juga merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan perusahaan, tempat selalu berkaitan dengan pasar potensial suatu perusahaan.⁵

Sesuai kemajuan zaman asuransi hampir digunakan oleh semua pekerja di Indonesia melalui fasilitas yang diberikan oleh perusahaan yang artinya hampir semua pekerja di Indonesia menggunakan jasa asuransi. Begitupun perusahaan yang di Kota Karawang, mereka memfasilitasi karyawannya dengan memberikan jasa asuransi. Karawang saat ini menjadi salah satu kota industri terbesar di Indonesia, terbukti dengan banyaknya perusahaan-perusahaan seperti perusahaan industri otomotif, IT, Elektronik serta bentuk usaha lainnya yang ada di Kawasan Industri KIIC atau *Karawang Internasional Industrial City* (KIIC). Selain itu kota Karawang sebagai salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki Upah Minimum Kabupaten/Kota (UMK) tertinggi dibandingkan kota lain di Jawa Barat. Berikut Data UMK daerah Jawa Barat

Tabel 1

Data UMK Di Jawa Barat

No	Kota	UMK
1	Bandung	2.843.662,55
2	Banjar	1.437.792,82
3	Bekasi	3.601.650,00
4	Bogor	3.272.143,00
5	Ciamis	2.475.792,82

⁴ Ibid, hal 18.

⁵ A.D Selang, Christian. *Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*, Jurnal. EMBA 71 Vol.1 No. 3, Juni 2013, Hal. 73

6	Cianjur	1.989.115,00
7	Cirebon	1.723.578,15
8	Pangandaran	1.433.901,15
9	Purwakarta	3.169.549,17
10	Garut	1.538.909,00
11	Indramayu	1.803.239,33
12	Karawang	3.605.272,00
13	Kuningan	1.477.352,70
14	Majalengka	1.525.632,00
15	Subang	2.327.072,00
16	Sukabumi	1.985.115,00
17	Tasikmalaya	1.776.686,00

Sumber: Data UMK yang diolah: ⁶

Dari tabel diatas dapat dilihat kota Karawang memiliki UMK paling tinggi diantara kota-kota lainnya yang ada di Jawa Barat dengan nilai UMK sebesar 3.650.272,00 dibandingkan dengan kota-kota lain yang berada di Jawa Barat.

Asuransi syariah di Indonesia pada saat ini sudah semakin banyak jumlahnya, di antaranya adalah:

Tabel 2
Daftar asuransi umum dan syariah

No	Nama Perusahaan
1	PT. Asuransi Takaful Umum
2	PT. Asuransi Proteksi Takaful
3	PT. Maskapai Asuransi Sonwelis

⁶Keputusan Gubernur Jawa Barat tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota daerah Provinsi Jawa Barat. Tahun 2017.

Tabel 3

Daftar izin unit syariah perusahaan asuransi umum

No	Nama Perusahaan
1	PT. Asuransi Adira Dinamika
2	PT. Asuransi Allianz Utama Indonesia
3	PT. Asuransi Astra Buana
4	PT. Asuransi Bangun Askrida
5	PT. Asuransi Bintang Tbk
6	PT. Asuransi Bringin Sejahtera Artamakmur
7	PT. Asuransi Central Asia
8	PT. Asuransi Ekspor Indonesia
9	PT. Asuransi Jasa Indonesia-Takaful
10	PT. Asuransi Jasa Raharja Putra
11	PT. Asuransi Parolamas
12	PT. Asuransi Ramayana Tbk
13	PT. Asuransi Sinarmas
14	PT. Asuransi Staco Mandiri (d/h PT Staco Jasa Prima)
15	PT. Asuransi Tri Pakarta
16	PT. Asuransi Umum Bumiputra Muda 1967
17	PT. Asuransi Umum Mega
18	PT. AIG Insurance Indonesia
19	PT. Tugu Pratama Indonesia
20	PT. Asuransi Bina Dana Arta Syariah
21	PT. Asuransi Mitra Maparya Wahana Tata
22	PT. Asuransi Wahana Tata
23	PT. Pan pacific Insurance

Sumber: (<http://www.semuainfo.net/2015/12/perusahaan-asuransi-syariah-di-indonesia.html>)⁷

Dari banyaknya penyedia jasa asuransi syariah maka dapat ditarik kesimpulan bahwa asuransi syariah memiliki potensi yang besar di Indonesia. Sebagai lembaga profit maka penyedia jasa asuransi syariah berlomba-lomba menawarkan dan menyediakan jasa asuransi syariah untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan profit bagi perusahaan asuransi syariah.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis apakah ada pengaruh tiap-tiap variabel kebutuhan, pelayanan, dan tempat secara simultan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di kota Karawang. Untuk menganalisis apakah ada pengaruh antara variabel kebutuhan, pelayanan, dan tempat secara parsial. Yang diharapkan bisa bermanfaat dari berbagai kalangan diantaranya: Bagi praktisi akademisi hasil ini akan berguna menjadi penambahan pengetahuan mengenai keuangan syariah. Bagi praktisi bahwa hasil ini bisa dijadikan sebagai masukan dan bahan evaluasi untuk kemajuan perusahaan asuransi syariah dimasa mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Penelitian Terdahulu

Menurut hasil penelitian dalam skripsi, Widiya Lestari (2015) Menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara dependen dan independen terhadap minat nasabah dalam memilih asuransi syariah, namun variabel yang paling dominan yaitu variabel pelayanan. Sedangkan Maya Kurniasari (2015) dengan metode deskriptif melalui wawancara menunjukkan hasil bahwa minat berasuransi syariah yaitu masyarakat memandang eksistensi lembaga tersebut, serta minat masyarakat berasuransi syariah karena asuransi syariah tidak mengenal istilah dana hangus layaknya asuransi konvensional. Menurut Rahmah Yulianti (2015) keputusan memilih produk perbankan syariah dengan menggunakan variabel motif religius dan kualitas layanan terhadap keputusan pemilihan produk perbankan syariah. Menghasilkan bahwa variabel motif religius dan kualitas layanan berpengaruh positif.

⁷ www.semuainfo.net/2015/12/perusahaan-asuransi-syariah-di-indonesia.html.

Landasan Teori

Minat

Minat menurut Tampubolon dalam Lubis bahwa minat adalah suatu perpaduan keinginan yang dapat berkembang jika ada motivasi, minat seseorang dalam memilih objek dalam pemilihannya harus dalam keadaan terlihat dengan jelas sesuai dengan sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan yang dibutuhkan dari orang seseorang tersebut.⁸

Asuransi

Asuransi adalah dapat didefinisikan suatu kontrak perjanjian antara dua orang atau lebih dalam suatu perjanjian dimana seseorang peminjam asuransi yang menjalankan dan sebagai balasannya atas jasa tersebut dengan memberikan suatu imbalan serta kesepakatan dengan premi yang ditentukan untuk membayar orang lain yang disebut tertanggung atas suatu peristiwa. Peristiwa yang terjadi bias saja menyangkut masalah jiwa maupun kejadian yang tidak diharapkan dalam kehidupan sehari-hari atau dalam waktu yang tidak bias ditentukan.⁹

Asuransi Syariah

Asuransi syariah adalah merupakan alternatif keuangan Islam dalam system keuangan. Asuransi syariah pada umumnya hampir sama dengan asuransi umum dimana perbedaan terletak pada pengumpulan dana setiap para peserta asuransi dalam menghibahkan dananya sebagai kontribusi ketika ada salah satu anggota terkena musibah dan prinsip ini sering disebut dengan prinsip *sharing of risk*.¹⁰

Kebutuhan

Teori kebutuhan menurut Maslow merupakan konsep dari suatu keinginan dalam mewujudkan suatu keinginan diri dengan kemampuan dari tiap individu guna

⁸ Lubis, Afrahul Fadhilah, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah*, Skripsi S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, jurusan Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Sumatra Utara. Hal 8-10.

⁹ Rahmat. *Doktrin Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1996, hal. 27-28.

¹⁰ Yanti, Yuli, *Pengaruh Pendapat, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah*, Skripsi S1, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015, hal 15.

mencapai sesuatu yang di inginkan dengan pencapaian kemampuan oleh setiap individu. Abraham Maslow menerangkan lima tingkatan kebutuhan dasar manusia adalah *Basic needs*, *Safety needs*, *Love needs*, *Esteem needs* dan *Self Actualitation needs*.¹¹

Pelayanan

Pelayanan merupakan segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenuhi semua keperluan yang diperlukan konsumen. Dalam pelayanan yang baik suatu lembaga atau perusahaan selalu memberikan produk yang sangat baik, sehingga konsumen akan merasa kepuasan serta nyaman, setelah konsumen merasa puas maka dari pihak konsumen akan secara terus menerus melakukan pembelian terhadap suatu produk yang ditawarkan.¹²

Tempat (*location*)

Tempat/distribusi (*Place*) adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam membuat produk-produk yang dibutuhkan oleh konsumen.¹³ tempat juga merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan perusahaan, oleh karena itu tempat selalu berkaitan dengan pasar potensial suatu perusahaan dan kesuksesan perusahaan di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan metode kuantitatif, sedangkan objek penelitian adalah masyarakat Kota Karawang (Studi kasus di PT.Asuransi Sinarmas). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat langsung dengan cara menyebar kuesioner langsung kepada objek penelitian dan data sekunder didapat dari sumber lain seperti buku maupun dokumen-dokumen lainnya yang mendukung penelitian.

¹¹ Maslow, Abraham. *Teori Hiraki Kebutuhan*, hal. 3-5.

¹² Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2004, Hal 29-38

¹³ Fayshal. henny. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putra Syariah Cabang Depok*. Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko. Vol 1. No 2. Tahun 2013. Hal 49

sedangkan populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Karawang yang terdaftar sebagai nasabah dengan akad syariah di PT. Asuransi Sinarmas sebanyak 90 nasabah dengan pengambilan sampel dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, maka sampel didapat sebanyak 68 nasabah.

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

PT. Asuransi Sinarmas

Asuransi Sinarmas pertama kali berdiri pada tanggal 27 Mei 1985 menggunakan nama PT Asuransi Sinarmas dengan surat No. Kep-2562/MD 1986. Lalu pada tahun 1991 nama perusahaan berubah menjadi PT. Asuransi Sinarmas merupakan salah satu perusahaan asuransi umum terbesar di Indonesia.

Visi dan Misi PT. Asuransi Sinar Mas

Visi asuransi sinarmas yaitu menjadi sebuah perusahaan asuransi yang profesional dan terpercaya dengan memberikan nilai kepada nasabah. Sedangkan misi asuransi sinarmas yaitu mengenal dan memenuhi kebutuhan nasabah, memberikan hasil yang menguntungkan bagi nasabah, mengembangkan bakat, meningkatkan produktivitas dan efisiensi karyawan, inovasi produk dan pengembangan teknologi informasi yang berkesinambungan.¹⁴

Produk PT. Asuransi Sinarmas

Produk PT. Asuransi Sinarmas kecelakaan dan kesehatan (*accident and health*) yang dimiliki oleh Asuransi Sinarmas. Produk Syariah PT. Asuransi Sinarmas yaitu: Asuransi kebakaran, asuransi kendaraan bermotor (baik Roda 4 dan Roda 2), asuransi uang (*cash in safe & cash in transit*), asuransi pengangkutan, asuransi rangka kapal, asuransi alat berat, asuransi *engineering* dan asuransi kecelakaan diri.

¹⁴ <https://www.sinarmas.co.id/tentang-kami/visi-dan-misi>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian di dapatkan nilai setiap pertanyaan yang diajukan kepada objek penelitian menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi, jika r hasil bernilai positif serta r hasil $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.

Uji Reabilitas

Tabel 5
Hasil uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
Kebutuhan (X1)	0,813	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,674	Reliabel
Tempat (X3)	0,771	Reliabel

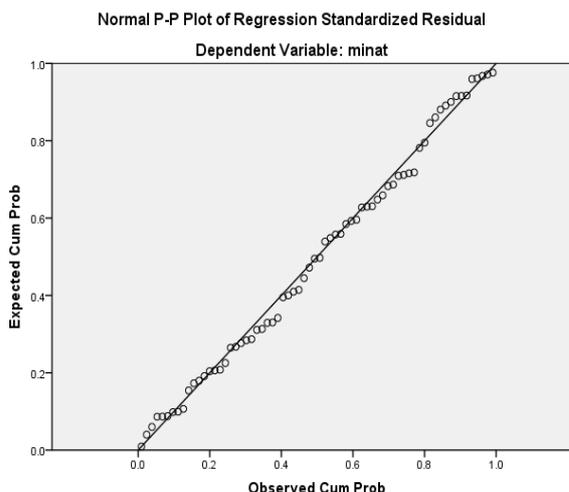
Sumber: Data diolah.

Berdasarkan tabel di atas terlihat hasil nilai ketiga faktor penelitian memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,60, maka variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah data dikatakan berdistributor normal atau tidak. uji normal probability atau ada pula yang menyebutnya dengan nama uji P P-Plot untuk mendeteksi apakah data yang dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Pendekatan kenormalan nilai residual ini dilakukan dengan melihat titik-titik plot hasil output spss dan melihat apakah titik tersebut berada disekitar garis diagonalnya atau tidak.

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Dari gambar diatas tersebut dapat dilihat bahwa titik menyebarkan di sekitaran garis serta mengikuti arah dan tidak bebas menyebarkan. Dengan demikian model regresi ini memenuhi syarat uji asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Hasil uji multikolinieritas merupakan uji dimana keadaan dimana semua variabel independen atau lebih daripada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF. Apakah nilai VIF lebih kecil dari 0,10 atau lebih besar dari 10.

Table 6

Hasil uji multikolinieritas

Variabel	VIF	Keterangan
Kebutuhan	1.036	Bebas Multikolinieritas
Pelayanan	1.036	Bebas Multikolinieritas
Tempat	1.037	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Data diolah dengan SPSS.

Dari hasil table tersebut dapat dilihat hasil dari uji multikolinieritas dengan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka data tersebut bebas dari

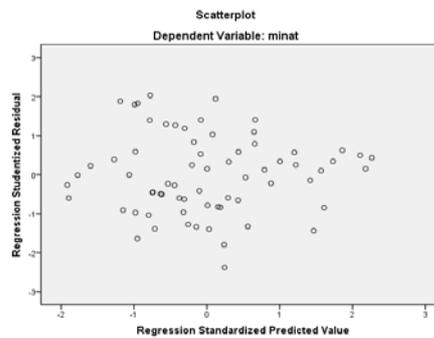
multikolinearitas antara variabel dengan model dan data tersebut telah memenuhi dari uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya kesamaan varian dari residual pada model. Uji ini dapat dilihat dari titik-titik dengan keadaan menyebarkan bebas tanpa terbentuknya suatu pola diantara 0 dan Y. maka dapat dipastikan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Gambar 2

Hasil uji heteroskedastisitas



Pada gambar diatas dapat dilihat titik-titik menyebarkan dengan bebas pada 0 dan Y. sehingga dapat dipastikan tidak adanya masalah yang telah dilakukan dengan pengujian heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan nilai data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS dengan hasilnya sebagai berikut:

Table 7
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	31.664	10.537		3.005	.004		
Kebutuhan	-.125	.148	-.099	-.848	.400	.967	1.035
Pelayanan	-.081	.170	-.055	-.477	.635	.991	1.009
Tempat	.310	.094	.388	3.299	.002	.958	1.044

a. Dependent Variable: minat

Persamaan hasil regresi berganda berdasarkan analisis regresi sebagai berikut::

$$Y = 31.664 - 0,125.X1 - 0,081.X2 + 0,310 X3$$

Dari persamaan regresi berganda diatas dapat dilihat hubungan variabel X1, X2 dan X3 masing-masing mempunyai pengaruh penambahan, pengurangan kenaikan pada masing-masing variabel. Variablrl X3 berpengaruh positif dan akan menunjukkan kenaikan terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas, sednagkan variabel X1 dan X2 memiliki pengaruh negative yang berarti setiap kenaikannya akan menurunkan minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas.

Uji F (Simultan)

Hasi uji simultan dengan uji f yaitu untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian yang dilakukan signifikansi atau tidak. Dimana uji nilai f ini menunjukkan apakah ketiga variabel independen yang diteliti secara bersama-sama atau serentak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan hasil sebagai berikut:

Table 8
Hasil Uji Simultan dengan F-Test

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	128.600	3	42.867	3.862	.013 ^a
Residual	710.400	64	11.100		
Total	839.000	67			

a. Predictors: (Constant), tempat, pelayanan, kebutuhan

b. Dependent Variable: minat
sumber data diolah:

Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai f-hitung 3.862. dengan nilai signifikansi 0,013. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05, maka berarti bahwa Kebutuhan, pelayanan dan tempat secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas di Karawang.

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Hasil uji koefisien determinasi yaitu untuk melihat persentasi total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan variabel bebas. Berdasarkan hasil sebagai berikut:

Table 9
Hasil Uji (R Square)

Model Summary^b

Model	R	R square	Adjusted r square	Standar error of the estimate	Durbin-watson
1	.392 ^a	.153	.114	3.332	.891

a. Predictors: (constant), totalX3, totalX2, totalkebutuhan

b. Dependent variable: Yminat

Berdasarkan analisis koefisien determinasi untuk persamaan regresi diperoleh (Adjusted R²) sebesar 0,114 atau 11.4 %. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dipengaruhi oleh variabel Kebutuhan, Pelayanan dan Tempat sebesar 11,4%. sedangkan sisanya sebesar 88.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Hasil uji f (simultan)

Hasil uji f menunjukkan bahwa f-hitung sebesar 3.862. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,013. Dengan nilai signifikansi <0,05. Berarti faktor kebutuhan, faktor pelayanan dan faktor tempat secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat masyarakat berasuransi syariah di PT. Asuransi sinarmas di Karawang.

Hasil uji parsial (uji t)

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan hasil nilai konstanta yang dihasilkan sebesar 0,31664 mengindikasikan bahwa jika nilai variabel kebutuhan, pelayanan dan tempat dianggap konstan, maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah di PT. Asuransi Sinarmas adalah 0,31664.

1. Pada pengujian secara parsial (uji t) diketahui nilai koefisien regresi kebutuhan sebesar -0,125 artinya faktor kebutuhan mempunyai pengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Sinarmas karena koefisien regresi bernilai negatif. Hal ini berarti setiap penambahan 1 titik kebutuhan, maka tingkat minat nasabah akan menurun sebesar 0,125. Dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia yaitu meliputi kebutuhan psikologi, kebutuhan akan keselamatan, kebutuhan rasa memiliki, kebutuhan akan harga diri dan kebutuhan akan perwujudan diri. Penjelasan tersebut menerangkan bahwa manusia tidak terlepas dari sistem proteksi akan kelangsungan hidupnya dalam suatu kegiatan yang mereka jalankan. Hal ini diperjelas dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumadi dan Istyakara menerangkan bahwa proteksi tidak berpengaruh terhadap minat konsumen dalam berasuransi syariah.
2. Pada pengujian secara parsial (uji t) diketahui bahwa nilai koefisien pelayanan -0,081 berarti faktor pelayanan mempunyai pengaruh negatif terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Sinarmas karena koefisien regresi bernilai negatif. Hal ini berarti setiap penambahan 1 titik pelayanan, maka tingkat minat nasabah akan menurun sebesar 0,081. Pelayanan berdasarkan pengamatan di lapangan bahwa masyarakat masih belum merasa puas dan masih kebingungan mengenai akad-akad syariah yang ada di PT. Asuransi Sinarmas, dengan rendahnya pemahaman masyarakat mengenai akad syariah tersebut menjadikan suatu kendala dalam proses pelayanan. Menurut Naimah pelayanan yang baik yaitu upaya perusahaan mendapatkan empati masyarakat dengan cara memfokuskan karyawan dalam kontak dengan pelanggan, memberi wewenang kepada karyawan untuk bertindak bila perlu demi memuaskan pelanggan, mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, bersikap proaktif, mendekati pelanggan secara pribadi untuk menunjukkan kepedulian.¹⁵

Pelayanan sangat menentukan kemajuan suatu perusahaan karena pelayanan mempunyai hubungan dengan kepuasan dari pelanggan, karena pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan tersendiri bagi pelanggan sehingga para pelanggan tidak akan beralih dari produk yang ditawarkan dan akan terus melakukan pembelian produk karena pelanggan merasakan kepuasan yang

¹⁵ Naimah Helmi Bajammal, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Aia Financial Surabaya*, Jurnal. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 3, Maret 2016, Hal 4

diharapkan. Dengan demikian kualitas jasa atau pelayanan merupakan salah satu penentu dari keberhasilan suatu perusahaan. Ada pun penelitian yang dilakukan oleh Naima (2016) menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pemakaian asuransi.¹⁶ Baik buruknya kualitas jasa bergantung pada kemampuan penyedia jasa memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

3. Pada pengujian secara parsial (uji t) diketahui nilai koefisien regresi tempat sebesar 0,310 artinya faktor tempat mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Sinarmas karena koefisien regresi bernilai positif. Hal ini berarti setiap penambahan 1 titik tempat, maka tingkat minat nasabah akan bertambah sebesar 31,0 %. Artinya semakin baik tempat maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam memilih PT. Asuransi Sinarmas. Tempat adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen sasaran.¹⁷

Observasi lapangan menjelaskan selain dari faktor pelayanan dan kebutuhan, masyarakat tetap memandang masalah faktor tempat dalam melakukan pembelian produk dari suatu perusahaan dalam dengan tempat yang nyaman masyarakat akan merasa puas dengan semua yang dilakukan mengenai pembelian di suatu perusahaan sehingga perusahaan dapat menarik minat masyarakat dalam pembelian produk yang perusahaan tawarkan. Disini PT. Asuransi Sinarmas harus mempertahankan faktor tempat agar lebih nyaman dan lebih baik lagi untuk menarik minat masyarakat atau nasabah dalam membeli produk salah satunya produk asuransi syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa terhadap pengaruh simultan antara variabel kebutuhan, pelayanan dan tempat terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas, dengan hasil uji f

¹⁶ Ibid. Hal 17

¹⁷ Fayshal. henny. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putra Syariah Cabang Depok*. Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko. Vol 1. No 2. Tahun 2013. Hal 49.

dengan hasil perolehan F-hitung sebesar 3.862, sedangkan signifikansinya sebesar 0,013. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka berarti secara bersama-sama Faktor Kebutuhan, Pelayanan dan Tempat berpengaruh signifikan dan simultan mengenai Minat berasuransi syariah. Sedangkan secara parsial (uji t) variabel kebutuhan, pelayanan dan tempat terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas menunjukkan variabel kebutuhan dan pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan variabel tempat mempunyai pengaruh berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien yaitu sebesar 0,310 atau sebesar 31%. Jadi masyarakat yang menjadi nasabah asuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas melihat dari segi tempat karena tempat yang nyaman, bersih dan baik menjadi salah satu faktor penentu masyarakat dalam memilih dan membeli suatu produk.

Saran

1. Hasil penelitian mengenai minat (Y) dengan menggunakan variabel kebutuhan (X1), pelayanan (X2) dan tempat (X3), diperoleh bahwa faktor Tempat sangat berpengaruh dalam menentukan minat nasabah berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas.
Oleh karena itu PT. Asuransi Sinarmas dapat meningkatkan dan mengoptimalkan dari segi tempat agar dapat menarik minat masyarakat dalam berasuransi syariah di PT. Asuransi Sinarmas.
2. PT. Asuransi Sinarmas harus memperbaiki dari segi sistem pelayanan menjadi lebih baik dan benar dalam pelayanan terhadap para nasabah. Dengan cara memberikan perhatian lebih secara individual ketika adanya transaksi maupun pembelian produk dari PT. Asuransi Sinarmas.
3. PT. Asuransi Sinarmas harus mengerti apa saja yang menjadi kebutuhan nasabahnya dalam hal berasuransi syariah. Hal ini juga berkaitan dengan pelayanan yang baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, Abdullah. 2002. *Statistik induktif untuk ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Ismanto, Kuat. 2009. *Asuransi Syariah (tinjauan asa- asas hukum islam*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Maslow, Abraham. *Teori Hiraki dan Kebutuhan*.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahman Abdul, Abdul Muhib. 2004, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabet.
- _____. 2015. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis Dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Jurnal dan skripsi**
- A.D, Christian. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fres Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 Juni.
- Damayanti, Maya. 2014. Prediksi Kebangkrutan Perusahaan asuransi Syariah Berdasarkan Metode Altaman Z-Score. *Skripsi: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ruswanti, Endang. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Membeli Produk Asuransi Jiwa Sinarmas Di Kota Tangerang. *Jurnal*. Vol 4. No 1.
- Fayshal, Abung dan Medyawati, Henny. 2013. Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putra Syariah Cabang Depok. *Jurnal Asuransi dan Manajemen Resiko*. Vol 1. No 2.

Kurniasari, Maya. 2015. Minat Masyarakat Berasuransi Syariah di Perusahaan Asuransi Prudential Super Agency Cirebon 1. *Skripsi*: Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Lubis, Afrahul Fadilah. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah. *Skripsi*: Universitas Sumatera Utara 1.

Naimah Helmi Bajammal, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Aia Financial Surabaya*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya, Ilmu dan Riset Manajemen. *Jurnal*

Rahmawati, Winny 2015, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah. Di AJB Bumiputra 1912 Divisi Syariah Cabang Margonda. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Ramadhan, Ikromullah. 2015, Pemahaman Masyarakat Pedesaan Terhadap Asuransi Syariah. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Rendhika, Rizki, dan Kasyful Mahali. 2015. Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan asuransi Syariah dikota Medan”. *Jurnal*.

Yanti, Yuli. 2015. Pengaruh Pendapat, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan Asuransi Syariah terhadap Kesadaran Masyarakat Berasuransi Syariah. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Widiya, Lestari. Pengaruh Pelayanan Promosi dan Syariah Terhadap Minat Masyarakat Nasabha Dalam Memilih Asuransi Syariah, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Keputusan Gubernur Jawa Barat Nomor: 561/Kep.1191-Bangsos/2016. Tentang Upah Minimum Kabupaten/Kota di Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2017. Bandung 21 November 2016.

<http://www.semua.info.net/2015/12/perusahaan-asuransi-syariah-di-indonesia.html>.

<http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/Pages/Asuransi.aspx>.