

**ANALISIS PERAN AGEN MELALUI EDUKASI LITERASI ASURANSI  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH ASURANSI SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E)

Oleh :

**TRI ANA AGUSTINA**

**NIM. 1817202085**

**PRPGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Peran Agen Melalui Edukasi Literasi  
Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah  
Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah PT  
Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Purwokerto, 6 September 2022

Saya yang menyatakan



Tri Ana Agustina

NIM. 1817202085



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PERAN AGEN MELALUI EDUKASI LITERASI ASURANSI  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH ASURANSI SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Tri Ana Agustina NIM 1817202085** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **04 Oktober 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dewi Eaela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Rina Heriyanti, M.Hum.  
NIP. 19720828 199903 2 004

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200910 2 006

Purwokerto, 06 Oktober 2022



Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Tri Ana Agustina NIM 1817202085 yang berjudul :

**ANALISIS PERAN AGEN MELALUI EDUKASI LITERASI ASURANSI  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH ASURANSI SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN SAIZU Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 6 September 2022

Pembimbing,



Sofia Yustiani S., S.E., M.Si.

NIP. 19780716 200901 2 006

**MOTTO**

*“Bermanfaat Untuk Orang Lain”*



**ANALISIS PERAN AGEN MELALUI EDUKASI LITERASI ASURANSI  
DALAM MENINGKAKAN JUMLAH NASABAH ASURANSI SYARIAH  
(Studi Kasus Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)**

**Oleh:**

**Tri Ana Agustina**

**NIM. 1817202085**

Email: [tria5058@gmail.com](mailto:tria5058@gmail.com)

Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN PROF. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Literasi asuransi syariah merupakan kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci pertumbuhannya. Agen asuransi Syariah yaitu orang yang bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi Syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan dalam memasarkan produk asuransi syariah kepada masyarakat. Pihak perusahaan terus berupaya untuk meningkatkan literasi asuransi dan peran agen asuransi syariah. Keputusan nasabah berminat karena pemahaman terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh seorang agen asuransi. Dalam asuransi syariah di Indonesia terdapat produk Asuransi Jiwa dan Produk Asuransi Kerugian. Dalam penelitian ini, masalah umum yang ditemukan adalah bagaimana tingkat literasi asuransi seorang nasabah dan peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah asuransi syariah untuk menggunakan Produk Asuransi Kerugian PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan metode kualitatif. Data penelitian dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Kemudian data dianalisis dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik *membercheck* dan triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, Literasi asuransi nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto masih rendah dilihat dari pemahaman dan pengetahuan terhadap asuransi syariah beserta akad-akadnya masih kurang dan jarang memperoleh informasi terkait asuransi syariah selain dari pihak agen asuransi. Untuk peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah asuransi syariah di masa Pandemi Covid-19 ini sudah dikatakan cukup baik. Namun masih

banyak yang harus dibenahi terkait kinerja agen dalam menawarkan produk asuransi kepada masyarakat. Upaya yang dilakukan oleh PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dalam meningkatkan literasi asuransi nasabah cukup giat dengan mendatangi langsung dan mengedukasi langsung calon nasabah baru/lama, serta peran agen melakukan upaya sekuat tenaga dalam menstabilkan perusahaan pada masa Pandemi Covid-19. Kemudian PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto juga melakukan pengarahan terhadap agen melalui program “*Knowledge*” dan kegiatan “Rabu Pintar” yang dilakukan 2 kali dalam sebulan kepada semua agen agar senantiasa mempunyai motivasi untuk mencapai target perusahaan.

**Kata Kunci :** Literasi Asuransi, Peran Agen, Keputusan Nasabah, Pandemi Covid-19



**ANALYSIS OF THE ROLE OF AGENTS THROUGH INSURANCE  
LITERATURE EDUCATION IN INCREASING THE NUMBER OF  
SHARIA INSURANCE CUSTOMERS**

**(Case Study On Customers Of PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto)**

**By:**

**Tri Ana Agustina**

**NIM. 1817202085**

Email: [tria5058@gmail.com](mailto:tria5058@gmail.com)

Department Of Islamic Banking, Faculty Of Islamic Economics And Business

UIN PROF. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

Sharia insurance literacy is an activity in supporting the growth of sharia finance in the future, because understanding and awareness is the key to its growth. Sharia insurance agent is a person who works for a business entity, who acts for and on behalf of a Sharia Insurance Company and fulfills the requirements to represent the Company in marketing sharia insurance products to the public. The company continues to strive to improve insurance literacy and the role of sharia insurance agents. The customer's decision is interested because of an understanding of the product or service offered by an insurance agent. In sharia insurance in Indonesia, there are Life Insurance products and Loss Insurance Products. In this study, the general problem found is how the level of insurance literacy of a customer and the role of agents in improving the decision of sharia insurance customers to use the Loss Insurance Product of PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

Based on its objectives, this research includes field research using qualitative methods. The research data were collected using observation, interview, and documentation techniques. Sources of data used are primary data and secondary data. Then the data is analyzed by data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Test the validity of the data in this study using membercheck and triangulation techniques.

Based on the results of the study, it shows that the insurance literacy of PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto customers is still low, seen from the understanding and knowledge of sharia insurance and its contracts, which are still lacking and rarely obtain information related to sharia insurance other than the insurance agent. The role of agents in improving the decisions of sharia insurance customers during the Covid-19 pandemic has been said to be quite good.

However, there is still much to be done regarding the performance of agents in offering insurance products to the public. Efforts made by PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto in improving customer insurance literacy are quite active by going directly to and educating new/old prospective customers, as well as the role of agents making every effort to stabilize the company during the Covid-19 pandemic. Then PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto also provides guidance to agents through the "Knowledge" program and "Smart Wednesday" activities which are carried out 2 times a month for all agents to always have the motivation to achieve company targets.

**Keywords :** Insurance Literacy, Role Of Agents, Customer Decisions, Covid-19 Pandemic.



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini yaitu hasil dari Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang didalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Keterangan                 |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا          | Alif | Tidak Dilambangkan | tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Sa   | S                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ha   | H                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Zal  | Z                  | zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra   | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| ش          | Syin | Sy                 | es dan ye                  |
| ص          | Sad  | S                  | es (dengan titik di bawah) |
| ض          | Dad  | D                  | de (dengan titik di bawah) |
| ط          | Ta   | T                  | te (dengan titik di bawah) |

|   |        |   |                             |
|---|--------|---|-----------------------------|
| ظ | Za     | Z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | „ain   | „ | koma terbalik (di atas)     |
| غ | Gain   | G | Ge                          |
| ف | Fa     | F | Ef                          |
| ق | Qaf    | Q | Qi                          |
| ك | Kaf    | K | Ka                          |
| ل | Lam    | L | El                          |
| م | Mim    | M | Em                          |
| ن | Nun    | N | En                          |
| و | Wau    | W | We                          |
| ه | Ha     | H | Ha                          |
| ء | Hamzah | “ | Apostrof                    |
| ي | Ya     | Y | Ye                          |

**2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.**

|     |         |        |
|-----|---------|--------|
| عدة | Ditulis | 'iddah |
|-----|---------|--------|

**3. Ta'arbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.**

|      |         |               |
|------|---------|---------------|
| حكمة | Ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| جزية | Ditulis | <i>Jizyah</i> |

ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

|                 |         |                           |
|-----------------|---------|---------------------------|
| كرامات الاولياء | Ditulis | <i>karamah al-auliya'</i> |
|-----------------|---------|---------------------------|

- b. Bila ta” marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

|            |         |                      |
|------------|---------|----------------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | <i>zakat al-fitr</i> |
|------------|---------|----------------------|

#### 4. Vokal pendek

|   |               |         |   |
|---|---------------|---------|---|
| َ | <i>Fathah</i> | Ditulis | A |
| ِ | <i>Kasrah</i> | Ditulis | I |
| ُ | <i>Dammah</i> | Ditulis | U |

#### 5. Vokal panjang

|   |                    |         |                   |
|---|--------------------|---------|-------------------|
| 1 | Fathah + alif      | Ditulis | <i>ā</i>          |
|   | جاهلية             | Ditulis | <i>ʾahiliyyah</i> |
| 2 | Fathah + ya" mati  | Ditulis | <i>ā</i>          |
|   | تنسي               | Ditulis | <i>tansā</i>      |
| 3 | Kasrah + ya" mati  | Ditulis | <i>ī</i>          |
|   | كريم               | Ditulis | <i>karīm</i>      |
| 4 | Dammah + wawu mati | Ditulis | <i>ū</i>          |
|   | فروض               | Ditulis | <i>furūḍ</i>      |

#### 6. Vokal Rangkap

|    |                    |         |          |
|----|--------------------|---------|----------|
| 1. | Fathah + ya" mati  | Ditulis | Ai       |
|    | بيئهم              | Ditulis | Bainakum |
| 2. | Fathah + wawu mati | Ditulis | Au       |
|    | قول                | Ditulis | Qaul     |

#### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

|           |         |                        |
|-----------|---------|------------------------|
| أنتم      | Ditulis | <i>a'antum</i>         |
| أعدت      | Ditulis | <i>u'iddat</i>         |
| لئن شكرتم | Ditulis | <i>la'in syakartum</i> |

#### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

|        |         |                  |
|--------|---------|------------------|
| القياس | Ditulis | <i>al-Qiyas</i>  |
| القرآن | Ditulis | <i>al-Qur'ān</i> |

- b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

|        |         |                  |
|--------|---------|------------------|
| السماء | Ditulis | <i>as-Samī'</i>  |
| الشمس  | Ditulis | <i>asy-Syams</i> |

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

|           |         |                      |
|-----------|---------|----------------------|
| اهل السنة | Ditulis | <i>ahl as-Sunnah</i> |
|-----------|---------|----------------------|



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat sehat sehingga saya bisa mengerjakan skripsi ini dengan lancar.
2. Diri saya sendiri yang sudah mau berjuang sekuat tenaga sampai di titik ini dan melawan rasa malas untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Orang yang paling saya sayangi dan cintai yaitu kedua orang tua saya Bapak Atmono Jasan dan Ibu Sarmini, yang selalu mengiringi langkah penulis dengan untaian doa beserta curahan kasih sayang. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, panjang umur dan selalu diberikan rezeki yang barokah.
4. Kedua saudara kandung saya tersayang, yaitu Ari Setiawan dan Deni Arifin, terima kasih atas iringan doa dan dukungannya yang juga tiada henti untuk saya, semoga Allah SWT selalu memberkahimu.
5. Terimakasih untuk Alwi Akbar atas segala curahan suka duka dalam mewarnai hidup ini.
6. Terimakasih kepada Ibu Sofia Yustiani S., S.E., M.Si. yang selalu sabar memberikan bimbingan dan arahnya dalam penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih dan hormat *ta'dzimku*, kupersembahkan untuk Abah Roqib selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Terimakasih dan hormat *ta'dzimku*, kupersembahkan untuk Abah Kiai Taufik Hidayat dan Ibu Nyai Siti Ruhyani, serta dosen-dosenku atas semua bekal yang telah diberikan untukku.
9. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah B Angkatan 2018 yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak sehingga terwujud skripsi ini.
10. Dan terimakasih untuk semua orang yang sayang dan mendoakan keberhasilan saya, semoga doa baik kembali pada kalian.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan segala kenikmatan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa tanggung jawab dan sebaik mungkin. Shalawat serta salam tercurahkan selalu kepada baginda Nabi agung Muhammad SAW beserta para pengikutnya atas syafaat beliau sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Dengan mengucap *Alhamdulillah rabbil'alamin* atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Analisis Literasi Asuransi Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah Di Masa Pandemi Covid-19”

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang turut mensukseskan selesainya skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto yang telah memberikan usaha yang terbaik bagi mahasiswanya.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag. M.M., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Sofia Yustiani S., S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan

- skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan dan saran yang baik bagi mahasiswanya, semoga beliau selalu dalam lindungan Allah SWT, aamiin.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
  9. Seluruh staf Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
  10. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Atmono Jasan dan Ibu Sarmini, yang selalu mendukung dan mendoakan dari awal penulisan skripsi ini. Tanpa mereka saya tidak akan sekuat ini, terimakasih banyak Bapak Ibu.
  11. Kakak saya Ari Setiawan dan Deni Arifin yang selalu menjadi penyemangat dalam penulisan ini.
  12. Tak lupa untuk kekasih hati yang selalu menemani di segala kondisi “Alwi Akbar”.
  13. Bapak Muhammad Haris Michrady, SP, AAIK selaku *General Manager* PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto yang telah memberikan ruang dan izin bagi saya untuk melakukan penelitian beserta karyawannya yang telah membantu saya.
  14. Teruntuk kepada Abah Kyai Taufik Hidayat dan Ibu Nyai Siti Ruhyani yang sudah memberikan Ruh yang nyata dalam mengisi batin saya yang dulunya kosong, dorongan motivasi, bimbingan, rasa kasih sayang yang tak terhingga, kepedulian, dan sudah memberikan ruang kecil kepada saya untuk selalu dan terus menerus menimba ilmu dan mencari setiap keberkahan yang ada di dalam diri kalian.
  15. Kepada *circle The Fantastic Seven*, Herni, Amalia, Dewi, Hana, Wiji, dan Meida yang telah menjadi kawan hedon dan kawan yang selalu hadir paling awal disetiap sidang, *You are best friend forever*.
  16. Kawan-kawan GenBI Purwokerto tahun 2020 yang memberikan banyak pengalaman luar biasa bersama Bank Indonesia, dan telah kebersamai saya sejak menjadi anggota sampai kini menjadi alumni.
  17. Segenap kepengurusan PP Baitul Quran tahun 2021 yang telah memberikan

pesona organisasi yang lebih membentuk mental dan arti perjuangan dan telah kebersamai saya sejak awal menjadi santri sampai sekarang. Berat memang, tapi berkat kalian semua saya mampu kuat dan tangguh menopang segala permasalahan dan hikmah yang ada di pondok ini.

18. Pengasuh, Dewan asatidz, dan kawan-kawan PP Baitul Quran yang telah mengajarkan keseimbangan hidup dalam beraktivitas agar mendapatkan barokah disetiap langkahnya.
19. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan, namun demikian semoga dapat selalu memberi manfaat bagi pembacanya, aamiin

Tanpa bantuan dan doa dari kalian semua, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar. Terimakasih atas doa dan bantuan kalian, semoga perbuatan baik kalian mendapatkan balasan oleh Allah SWT dan menjadi amal jariyah kalian. Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis terbuka untuk menerima kritik dan masukan kalian yang nantinya dapat membangun agar lebih baik untuk penulis yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penulis sendiri maupun bagi semua pihak, Aaamiiin.

Purwokerto, 6 September 2022

Penyusun,



**Tri Ana Agustina**

NIM. 1817202085

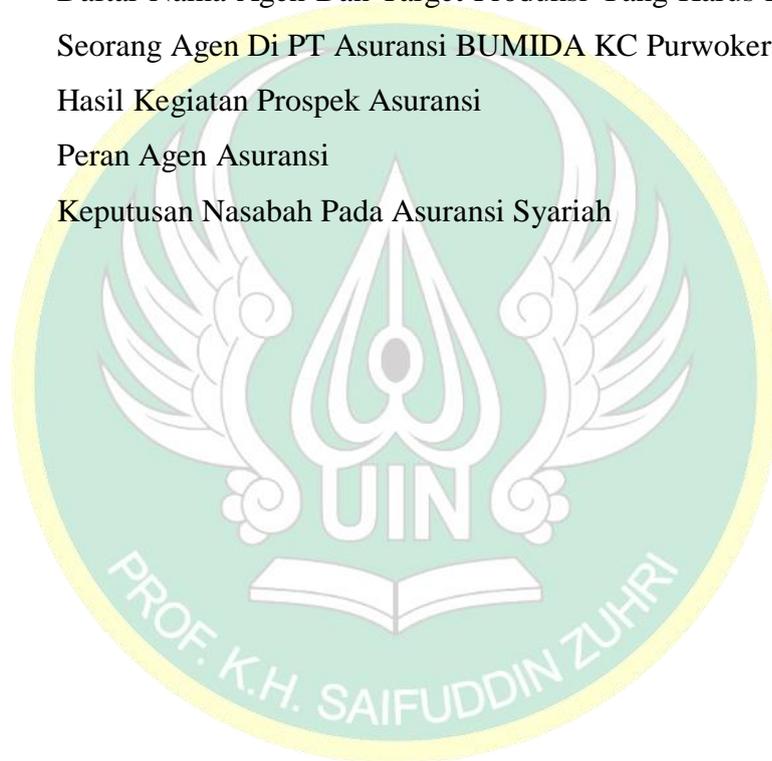
## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Indeks Literasi Asuransi Syariah



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Omzet PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Pada Tahun 2018 – 2021
- Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu
- Tabel 1.3 Perbedaan Asuransi Syariah Dan Asuransi Konvensional
- Tabel 1.4 Data Narasumber
- Tabel 1.5 Literasi Asuransi Syariah Masyarakat
- Tabel 1.6 Daftar Nama Agen Dan Target Produksi Yang Harus Dicapai Seorang Agen Di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto
- Tabel 1.7 Hasil Kegiatan Prospek Asuransi
- Tabel 1.8 Peran Agen Asuransi
- Tabel 1.9 Keputusan Nasabah Pada Asuransi Syariah



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Kerangka Teori
- Gambar 1.2 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan
- Gambar 1.3 Komponen Dalam Analisis Data
- Gambar 1.4 Bagan Koordinasi



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
- Lampiran 3 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
- Lampiran 4 Surat Keterangan Rekomendasi Munaqosyah
- Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Sertifikat BTA PPI
- Lampiran 7 Sertifikat KKN
- Lampiran 8 Sertifikat PPL
- Lampiran 9 Sertifikat Aplikom
- Lampiran 10 Sertifikat PBM
- Lampiran 11 Sertifikat PBAK
- Lampiran 12 Daftar Riwayat Hidup



## DAFTAR ISI

|  |              |
|--|--------------|
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....                         | <b>i</b>     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....                           | <b>ii</b>    |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....                       | <b>iii</b>   |
| <b>MOTTO</b> .....                                       | <b>iv</b>    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                     | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                    | <b>vii</b>   |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> ..... | <b>ix</b>    |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                         | <b>xiii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                              | <b>xiv</b>   |
| <b>DAFTAR GRAFIK</b> .....                               | <b>xvii</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                | <b>xviii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                               | <b>xix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                             | <b>xx</b>    |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                  | <b>xxi</b>   |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....                         | <b>1</b>     |
| A. Latar Belakang Masalah .....                          | 1            |
| B. Definisi Operasional .....                            | 13           |
| C. Rumusan Masalah .....                                 | 15           |
| D. Tujuan Penelitian .....                               | 15           |
| E. Manfaat Penelitian .....                              | 15           |
| F. Kajian Pustaka .....                                  | 16           |
| G. Sistematika Pembahasan .....                          | 24           |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....                     | <b>26</b>    |
| A. Asuransi Syariah .....                                | 26           |
| B. Literasi Asuransi .....                               | 39           |

|  |            |
|--|------------|
| C. Peran Agen .....  | 41         |
| D. Keputusan Nasabah Asuransi Syariah .....  | 45         |
| E. Pandemi Covid-19 .....  | 52         |
| F. Landasan Teologi .....  | 53         |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>   | <b>56</b>  |
| A. Jenis Penelitian .....  | 56         |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....   | 57         |
| C. Subjek dan Objek .....  | 57         |
| D. Sumber Data .....   | 58         |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....   | 59         |
| F. Teknik Analisis Data .....  | 61         |
| G. Uji Keabsahan Data .....  | 64         |
| <b>BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>  | <b>66</b>  |
| A. Gambaran Umum PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto .....  | 66         |
| B. Peran Agen Dalam Mendukung Literasi Asuransi Pada Nasabah PT<br>Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Di Masa Pandemi Covid-19<br>..... | 78         |
| C. Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah<br>Di Masa Pandemi Covid-19 .....                              | 86         |
| D. Keputusan Terhadap Asuransi Syariah .....   | 99         |
| <b>BAB V : PENUTUP .....</b>   | <b>108</b> |
| A. Kesimpulan .....  | 108        |
| B. Saran .....   | 109        |
| C. Penutup .....   | 110        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>111</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>   | <b>116</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>  | <b>134</b> |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pandemi *Corona Virues Disease 2019* (Covid-19) diumumkan oleh *World Health Organization* (WHO) Organisasi Kesehatan Dunia pada 11 Maret 2020. Kasus pertama ditemukan berada di Wuhan, Provinsi Hubei, China diumumkan pada tanggal 31 Januari 2020. Dalam waktu 3 minggu merenggut 170.000 jiwa tewas pada warga China dan yang pulih sembuh sebanyak 640.000 warga dari total 1,4 juta yang dikonfirmasi positif Covid-19 ([www.corona.help.com](http://www.corona.help.com), April 2020). Banyak fakta yang menyatakan bahwa tingkat kelangsungan hidup dengan Covid-19 lebih tinggi dari pada angkat kematian, tetapi masalah tetap ada karena angka kematian dengan Covid-19 juga tinggi.

Di Indonesia, kasus pertama terdeteksi dan diumumkan oleh Presiden Joko Widodo pada 2 Maret 2020, kasus ini ditemukan di Jakarta yang terbukti positif, disebabkan melalui hubungan kontak erat dengan WNA asal dari Jepang yang tinggal di Negara Malaysia dalam sebuah perkumpulan acara di Jakarta, setelah pertemuan tersebut penderita mengalami gejala demam, batuk dan sesak nafas (WHO, 2020). Berdasarkan data sampai dengan tanggal 2 maret 2020, kematian global telah mencapai 2,3%, dengan banyak kematian terjadi pada usia lanjut disertai penyakit penyertanya, kasus kematian pertama dengan *tumor intraabdomen* penyerta di perut. Dia adalah pasien laki-laki berusia 61 tahun dengan kelainan liver (Yuliana, *Journalpress wellnes*, 2, Februari 2020: 188).

BPBD secara khusus menyatakan bahwa Covid-19 adalah bencana non alam. Namun dari segi ekonomi dan moralitas, laju perkembangan virus ini tumbuh lebih cepat dibandingkan wabah Virus SARS dan MERS tahun 2003. Meningkatnya jumlah infeksi Covid-19 di berbagai negara, termasuk Indonesia, berimplikasi pada kesehatan dan disebut sebagai

guncangan ekonomi *Economic Shock*. Perorangan, rumah tangga, usaha mikro, usaha kecil menengah, dan usaha besar juga mengalami dampak buruk yang signifikan dari Covid-19 (Taufik dan Eka, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22, April 2020: 22). Untuk menekan angka penularan Covid-19, mayoritas daerah menerapkan skema Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan *Work from Home* (WFH) bagi seluruh karyawan, kebijakan ini bertujuan untuk menekan angka penularan Covid-19. Namun, dari sisi bisnis diharapkan berdampak positif pada bisnis yang sudah ada.

Salah satu dampak Pandemi Covid-19 yang memukul sektor bisnis adalah sektor asuransi. Industri Asuransi Syariah di Indonesia mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang bertahap karena mayoritas pangsa pasar asuransi syariah saat ini masih relatif kecil dibandingkan industri asuransi konvensional. Upaya mendorong perkembangan asuransi syariah diantaranya melalui penguatan peran nasabah dalam memahami literasi asuransi dan peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah dalam ekosistem asuransi syariah, terutama dengan memanfaatkan peluang komitmen yang kuat dari Pemerintah dan Negara dalam mendukung industri halal atau *halal value chain*.

Lembaga Keuangan Syariah (LKS) ialah salah satu industri yang pokok usahanya bergerak dalam bidang industri jasa keuangan yang bersumber pada nilai-nilai pokok syariah dengan memegang teguh kepada Al-Quran dan Hadits. Asas Prinsip syariah ialah sebuah pilar yang menutup rapat komponen yang erat kaitannya dilarang dalam ajaran Islam. LKS sendiri dapat dibedakan menjadi dua, ialah suatu lembaga keuangan perbankan dengan sistem syariah dan lembaga perbankan dengan sistem non bank syariah, di antara banyaknya lembaga keuangan di Indonesia yang menggunakan sistem non bank syariah seperti pegadaian, reksa dana, pasar modal, BPRS, BMT, dan asuransi. Salah satu yang menarik dibahas adalah asuransi syariah, karena pada hakikatnya memegang teguh prinsip *tabarru* yaitu saling membantu dan saling menanggung pada seluruh

nasabah (Mardani, 2015: 2).

Menurut Nia Kania, Asuransi syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan syariah selain bank. Asuransi syariah berarti bahwa setiap orang mengambil risiko di antara sesama manusia dan sebagai akibatnya, masing-masing menanggung risiko satu sama lain. Di Indonesia saat ini memiliki banyak lembaga non bank khususnya syariah, sedangkan lembaga keuangan syariah mulai merambah ke berbagai pelosok tanah air, namun banyak yang belum terbiasa dengan produk asuransi syariah (Nia Kania, 2016: 768).

Dalalm Al-Quran dan Hadits Nabi memang tidak terdapat satu kata pun yang mengharuskan umat untuk berasuransi, karena asuransi adalah kegiatan muamalah yang datang kemudian setelah zaman Nabi Muhammad SAW. Namun ada beberapa perintah Al-Quran dan Hadits yang dalam teknik pelaksanaannya sangat dimungkinkan agar umat khususnya umat Islam mengambil langkah agar berasuransi, perintah-perintah tersebut sangat berkaitan kepada kemaslahatan umat itu sendiri agar senantiasa menjadi dirinya, menjaga keluarga, dan saudara sesama muslim, menjaga hartanya, dan menjaga hari ke depannya. Seperti firman Allah SWT sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَالَيِدَ وَلَا أَمْرَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ  
يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوْكُمْ عَنِ  
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا  
اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ ( المائدة/5: 2 )

Artinya :

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (Q.S Al Maidah: 2) (Dapartemen Agama RI, 2005: 116).

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada tertekannya PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terhadap upaya mempertahankan perusahaan dan pendapatan premi asuransi. Banyak perusahaan asuransi yang terus berupaya dalam mempertahankan perusahaan di tengah maraknya kasus perusahaan asuransi yang gulung tikar pada masa pandemi. Berbagai cara ditempuh agar penjualan terus berjalan, mulai dari pengoptimalan teknologi strategi digital marketing dengan menawarkan produk asuransi yang dikemas dengan *Life Style Benefit*. Salah satunya dengan aplikasi *Bumida Easy* yang memudahkan pengajuan polis baru dan klaim melalui *smartphone*. Dengan adanya upaya insentif yang dilakukan PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto agar terus bertahan di masa pandemi, langkah tersebut dapat dikatakan berhasil karena didukung dengan upaya agen dalam mengedukasi masyarakat terkait asuransi syariah.

Memandang tingkat literasi asuransi dan peran agen asuransi, edukasi masyarakat merupakan salah satu tantangan terbesar yang dihadapi berbagai pemangku kepentingan dalam meningkatkan literasi asuransi nasional. Orang-orang di daerah yang sulit dijangkau memiliki persentase literasi asuransi yang lebih rendah dari pada masyarakat di kota besar. Literasi asuransi bagi masyarakat itu penting, jika dilakukan pelaksanaan edukasi asuransi dengan tujuan untuk masyarakat luas agar dapat membantu mengatasi risiko yang akan terjadi. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto melakukan pembinaan bagi nasabah yang tergolong masyarakat menengah ke bawah untuk menumbuhkan kesadaran lebih terkait asuransi dengan cara pemberdayaan, dimana asuransi memberdayakan komunitas kecil, koperasi, asosiasi atau industri lain sebagai agen literasi. Apabila seorang nasabah memahami secara detail terkait asuransi, maka secara otomatis pasti akan tertarik untuk menjadi nasabah asuransi.

Literasi asuransi ini merupakan salah satu bentuk kegiatan dalam mendukung pertumbuhan keuangan syariah di masa depan, termasuk asuransi syariah, karena pemahaman dan kesadaran adalah kunci

pertumbuhannya. Namun minimnya pemahaman masyarakat mengenai lembaga keuangan asuransi dan manfaatnya mengkhawatirkan para pelaku industri (Widiya Lestari, 2015: 48). Literasi asuransi yang rendah dapat menimbulkan praktik penipuan asuransi dan persaingan yang tidak sehat di pasar keuangan, sehingga menjadi penghalang bagi intermediasi keuangan syariah yang efektif. Sedangkan, peningkatan tingkat literasi asuransi akan menumbuhkan sikap masyarakat dalam memilih dan memanfaatkan jasa atau produk asuransi sehingga dapat mensejahterakan masyarakat. Bagi masyarakat, literasi asuransi memberikan manfaat signifikan sebagai berikut: membantu nasabah dalam mengelola risiko baru seperti kecelakaan diri, terhindar dari investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas, memahami manfaat dan resiko layanan jasa asuransi, dan meningkatkan minat nasabah dalam memilih asuransi syariah.

Literasi asuransi syariah dianggap penting, karena jika tingkat literasi asuransi rendah maka akan berdampak buruk untuk kehidupan di masa sekarang maupun masa depan guna perlindungan dari berbagai risiko pada masa depan yang dapat mengancam perencanaan keuangan. Tingkat pendidikan, kesadaran, dan pendapatan masyarakat masih menjadi beberapa penyebab utama rendahnya minat masyarakat dalam berasuransi. Pemerintah masih berupaya untuk meningkatkan literasi asuransi, bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Industri Jasa Asuransi dengan cara membangun literasi asuransi melalui jalur pemasaran, baik itu melalui agen asuransi, perbankan, platform digital yang memiliki segmen pasar untuk menjangkau pasar secara lebih luas. OJK dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah membuat buku literasi asuransi untuk mengedukasi masyarakat agar mampu memproteksi diri dengan cerdas melalui asuransi (Izzah, 2021).

Peran agen menjadi faktor yang paling penting dalam kemajuan suatu perusahaan asuransi di dalam mempengaruhi suatu bidang usaha bisnis. Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014, agen asuransi adalah

orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah. Oleh karena itu, keagenan yang berkualitas memegang peranan penting dalam industri asuransi syariah. Tanpa lembaga yang berkualitas dan produktif, kegiatan asuransi syariah tidak akan berfungsi dengan baik. Melalui keagenan ini, perusahaan dapat menjual produk kepada calon konsumen. Agen juga merupakan aset yang tidak ternilai karena industri perlu memberikan pendidikan dan pelatihan kepada agen sebelum mereka dapat mulai memasarkan produk asuransi.

Di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, seorang salesman yang mewawancarai konsumen secara langsung, dijalankan oleh sebuah agensi. Dimana agen melakukan tugas menyampaikan produk baru kepada pelanggan dan memberikan layanan perlindungan terhadap kebutuhan finansial individu dan kelompok. Sangat penting bahwa agen asuransi yang melayani konsumen, bekerja dengan setia dan memiliki pengetahuan untuk mempengaruhi nasabah asuransi dengan sukses dan puas. Seorang agen asuransi yang mumpuni bagi nasabah merupakan agen yang bisa berfungsi selaku penasihat yang baik, mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang baik atas produk perusahaan, mempunyai kepribadian dan etika yang baik, dan dapat bergaul dengan semua orang (Amrin, 2007: 120). Bilamana seorang agen senantiasa menerapkan kedudukannya sesuai prinsip dasar seorang agen, maka akan menjadi gampang dalam hal memasarkan produk asuransi di dalam tingkatan atensi nasabah asuransi syariah.

Agen yang profesional dituntut memiliki kartu lisensi, yaitu agen dituntut mempunyai ilmu dan uraian penjelasan tentang detail asuransi, termasuk polis asuransi syariah, prinsip asuransi syariah, dan lainnya. Untuk itu perlu melalui proses panjang yang diawali dengan mendaftar sebagai agen asuransi hingga mengikuti ujian di Asosiasi Asuransi Syariah

Indonesia (AASI) sebelum agen tersebut diperbolehkan menjual produk asuransi. Ujian yang dilakukan oleh Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) dapat dilaksanakan dengan cara *offline*. Apabila seorang agen dapat dikatakan lulus ujian, kartu lisensi agen asuransi syariah akan diterbitkan. Kartu lisensi ini memungkinkan agen untuk menjual produk asuransi. Namun, jika agen tidak lolos tahap pemeriksaan, maka penjualan produk asuransi syariah tidak diperbolehkan. Agen pemegang kartu lisensi dinilai kompeten dalam hal wawasan, pengetahuan, dan pemahaman yang mendalam tentang asuransi syariah dimulai dari akad yang digunakan dalam polis asuransi syariah dan prinsip-prinsip asuransi syariah secara lebih luas.

Di dalam praktiknya pada Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto, mayoritas semua agen sudah mempunyai kartu lisensi syariah dan memahami betul nilai dari Asuransi Syariah dan menerapkannya dengan baik. Fakta di lapangan, sedikit ditemui ada nasabah yang langsung memilih produk asuransi syariah, bahkan jumlah nasabah asuransi syariah lebih sedikit dibandingkan nasabah asuransi konvensional karena salah satunya rendahnya tingkat literasi seorang nasabah dan kurangnya peran agen dalam memasarkan produk asuransi. Faktanya, jika agen memiliki ilmu dan pemahaman yang tinggi serta dapat dipahami dengan baik setiap SOP yang berlaku di suatu perusahaan, maka akan memudahkan untuk mendeskripsikan dan menjual produk asuransi syariah kepada nasabah. Sebaliknya, menjual produk asuransi syariah ke nasabah pasti akan sulit jika agennya kurang paham (Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, 2021).

Agen Asuransi BUMIDA KC Purwokerto berjumlah sebanyak 30 orang, ini menjadi ujung tombak bagi perkembangan perasuransian, untuk itu sudah selayaknya menjadi tugas dan wewenang kepada agen asuransi agar mempunyai kemauan dan keahlian ketika melaksanakan setiap prosedur yang ada di suatu perusahaan. Terutama pada hal menguasai prinsip dan etika usaha syariah dalam hal pedoman dasar pemasaran

produk premi syariah. Di dalam perusahaan jasa telah nampak kelihatan ketika menaruh kepuasan kepada setiap nasabah, harus lebih ditingkatkan dalam hal servis yang baik berdasarkan seorang agen.

Khususnya pada Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto sudah mengembangkan dan melaksanakan *Field Development System* secara maksimal dengan pembuatan perencanaan pada menyebarkan agen yang profesional serta membuat suatu inovasi pada mempromosikan suatu produk, dan mengembangkan usaha premi asuransi syariah. Untuk itu, seorang agen berperan melakukan edukasi/pendidikan pada rakyat menggunakan sosialisasi perencanaan keuangan secara mendalam dan pengelolaan suatu resiko pada premi syariah. Langkah-langkah ini sanggup di tempuh melalui agen pada menaruh kepercayaan pendidikan pada rakyat, antara lain mengadakan pelatihan *workshop*, dan seminar tentang premi syariah. Sehingga rakyat akan memiliki pencerahan yang tinggi dan bisa menumbuhkan dan mengimplementasikan premi syariah. Dalam konteks ini Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto berhubungan menggunakan forum-forum pendidikan, misalnya sekolah, perguruan tinggi, institute, tokoh ulama, aktivitas sosial kemasyarakatan (Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, 2021).

Pada Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto mempunyai kualitas agen yang baik kepada nasabah yaitu dengan memberikan proses transaksi asuransi syariah dengan cepat dan tanggap, serta kemudahan dalam memenuhi persyaratan menjadi seorang nasabah. Ada peran agen yang luar biasa di masa pandemi agar membuat seorang nasabah memutuskan menjadi nasabah asuransi. Peran agen membuat sebuah cara untuk bisa mempertahankan usahanya melalui peran agen. Agen bisa membuat seseorang atau masyarakat tertarik menjadi seorang nasabah dengan dibekali misi Asuransi BUMIDA KC Purwokerto adalah menjadi perusahaan asuransi yang memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Noorul Fatimah, S.Pd, M.M.

selaku Bendahara HUMAS SMKN 1 Kalibagor (Banyumas, 51 tahun) yang telah mengasuransikan seluruh siswa SMKN 1 Kalibagor selama 9 tahun, mengatakan bahwa dengan adanya peran agen ini memudahkannya untuk melakukan berbagai transaksi asuransi tanpa harus datang langsung ke kantor asuransi, seperti mengajukan polis baru, melakukan klaim, memperpanjang polis, dll. Sehingga pekerjaan yang dilakukan juga lebih cepat dan efektif. Di antara banyaknya kelebihan yang ditawarkan oleh agen asuransi yaitu sangat membantu setiap kebutuhan calon nasabah, penerapan pelayanan baik, dan penjelasan produk yang sangat baik, dibuktikan dengan kemudahan dalam menjalankan transaksi dalam asuransi syariah, menanggapi nasabah dengan ramah dan juga memberikan fasilitas-fasilitas yang memudahkan nasabah untuk menggunakan salah satu produknya. Contohnya, ketika pencairan atas klaim yang diajukan dapat dengan mudah hanya dikirim lewat Whatsapp, tiba-tiba sudah masuk di rekening dan yang mencairkan bukan dari pihak agennya, tetapi bukti dari asuransinya. Kemudian dengan adanya peran agen ini, secara tidak langsung mengedukasi masyarakat untuk lebih mengenal apa itu asuransi syariah dan literasi asuransi pun akan tumbuh dengan tujuan untuk masyarakat luas.

Asuransi BUMIDA KC Purwokerto menawarkan sistem penanggung risiko tertanggung di bidang jasa atau keuangan yang sepenuhnya mengalihkan risiko kepada perusahaan asuransi. Asuransi syariah dengan membayar premi tetap setiap bulannya, ini termasuk ke dalam hukum yang ada di perundang-undangan islam dan semua transaksi tergantung pada akad, maksud, dan tujuan (Sanerya Hendrawan, Indraswari & Sylva Yazid, 2012). Keputusan menjadi nasabah merupakan hal dibuat ketika konsumen memilih untuk membeli produk atau jasa, ataupun sesuatu kepastian setelah melampaui sebagian prosedur. Suatu keputusan pula bisa memberikan pengertian selaku proses pencarian masalah, dimulai dari latar belakang permasalahan, mengidentifikasi permasalahan sehingga munculnya suatu kesimpulan akhir ataupun saran. Proses pengambilan

keputusan khusus nasabah terdiri dari mengenali permasalahan suatu kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, membuat keputusan pembelian, dan perilaku pembelian selanjutnya (Kotler, 2008).

Menurut Kaynak (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah ada 4 yaitu, produk yang ditawarkan, karakteristik sistem, pelayanan yang baik, serta pembagian keuntungan yang menguntungkan. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto mempunyai berbagai unggulan di antaranya banyak produk yang ditawarkan seperti, asuransi mobil, asuransi motor, asuransi kesehatan, asuransi kecelakaan, asuransi kecelakaan karyawan, asuransi rumah, asuransi kebakaran, asuransi *surety bond*, asuransi tanggung gugat, asuransi *kargo*, asuransi proyek, asuransi elektronik, dan asuransi uang.

Banyak masyarakat yang menginginkan transaksi asuransi dengan sistem sesuai syariat Islam, ini menjadi kesempatan besar untuk lembaga keuangan syariah guna menarik calon nasabah, khususnya PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto. Sangat disesali karena informasi yang diperoleh nasabah dapat membingungkan, karena calon nasabah tidak mengetahui secara *detail* produk yang ditawarkan oleh agen dan kurangnya tingkat literasi asuransi seorang agen kepada nasabah yang terdapat di BUMIDA KC Purwokerto menjadikan terjadinya penerimaan informasi yang kadang masing simpang siur kejelasannya. Salah satu penyebab rendahnya pemahaman masyarakat ini adalah kurangnya sosialisasi Asuransi BUMIDA KC Purwokerto mengenai produk asuransi syariah dan informasi yang bertentangan dengan pelaksanaannya. Oleh karena itu, tatkala memilih Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto sangat mempengaruhi keputusan calon nasabah. Hal ini diakui dengan adanya jaminan bahwa masyarakat umum mendapat informasi dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, misi penting BUMIDA KC Purwokerto yaitu mempromosikan sosialisasi sistem dan produk asuransi syariah melalui media aktif dan memastikan bahwa pengetahuan umum tidak terbatas pada pengetahuan produk.

Mowen (2002) berpendapat bahwa kualitas produk memiliki dampak langsung pada keputusan pelanggan. Kemampuan suatu produk akan tercipta tatkala dengan meningkatkan kinerja produk, menciptakan keunggulan kompetitif, dan membuat pelanggan lebih bahagia. Di era persaingan yang ketat, salah satu cara untuk mendapatkan nasabah yang loyal terhadap produk sangat sulit. Untuk menarik pelanggan setia, perusahaan berlomba-lomba menawarkan produk dengan harga lebih rendah, dengan asumsi pelanggan hanya mempertimbangkan harga saat mengambil keputusan pembelian. Anggapan ini tidak sepenuhnya benar, pelanggan sering memutuskan untuk memilih dan mengkonsumsi produk atau merek tertentu sebagai bagian dari pemenuhan diri mereka dan sebagai sarana untuk memasuki komunitas yang diharapkan.

Keberhasilan sistem asuransi syariah hingga saat ini ditopang oleh kualitas dan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, faktor kualitas pelayanan agen bagi nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk membeli asuransi syariah. Karena kualitas layanan, pelanggan merasa bahwa mereka dihargai karena membayar premi tiap bulan, per tiga semester maupun pertahun. Kemudian nasabah dalam memilih asuransi syariah sangat penting untuk memperhatikan kelangsungan dan eksistensi lembaga tersebut. Banyak faktor yang mendorong masyarakat untuk memilih asuransi syariah.

PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto adalah salah satu diantara banyaknya perusahaan dibidang asuransi kerugian yang terkena dampak dari Covid-19. Kepala Seksi Pemasaran, Rezqy Velyan, mengatakan bahwa jumlah produk asuransi yang diminati oleh masyarakat mengalami penurunan mencapai 80 % pada masa pandemi covid-19. Berikut data penulis dapatkan jumlah omzet dari tahun 2018 sampai tahun 2021 yang mengalami fase penurunan selama masa pandemi covid-19 berlangsung pada PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto:

**Tabel 1.1 Omzet PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Pada Tahun 2018-2021**

| No | Tahun | Omzet            |
|----|-------|------------------|
| 1  | 2018  | 7,782,168,375.00 |
| 2  | 2019  | 8,537,357,827.00 |
| 3  | 2020  | 3,861,247,697.00 |
| 4  | 2021  | 3,900,431,903.00 |

Sumber : PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto

Dari data tersebut terlihat bahwa PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2020 yang pada saat itu juga Covid 19 mulai mewabah dan pemerintah mengambil kebijakan PSBB. Dampak dari hal tersebut menyebabkan menurunnya omzet yang signifikan dari omzet biasanya. Melihat kondisi tersebut yang semakin tidak stabil di awal pandemi Covid, membuat PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto harus mencari jalan agar dapat kembali stabil. Upaya yang dilakukan dapat menuai hasil seperti pada tahun 2021 mulai bangkit dan memiliki kecenderungan omzet yang meningkat walaupun perlahan. Melihat hal tersebut, menunjukkan bahwa PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dapat mengenali dan tanggap cepat atas kondisi tersebut secara dini yang diakibatkan oleh Pandemi Covid-19 sehingga dapat mengantisipasi dampak yang tidak diinginkan dan adanya pembaruan Manajemen Strategi Perusahaan dapat menentukan langkah dan kebijakan yang tepat untuk menangani dan mengatasi masalah yang terjadi.

Berdasarkan penemuan identifikasi dan hasil riset gap penelitian terdahulu, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul *“Analisis Peran Agen Melalui Edukasi Literasi Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto).*

## B. Definisi Operasional

### 1. Literasi Asuransi

Literasi asuransi syariah adalah kemampuan individu yang secara utuh dan spesifik memahami dan mengevaluasi informasi tentang asuransi syariah mengenai asuransi syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta mengetahui manfaat, dan implikasi dari mendaftar sebagai peserta asuransi syariah sebagai bahan pertimbangan untuk mengambil keputusan terhadap konsekuensi yang akan terjadi. Menurut Avyanna (2016), literasi asuransi yaitu:

- a. Pengetahuan dan pengertian dasar dalam memahami asuransi.
- b. Mengevaluasi informasi asuransi seperti memahami karakteristik utama layanan asuransi dasar, sikap terhadap pengguna asuransi, memahami dan menyadari pentingnya membaca serta memeliharanya.
- c. Waspada risiko yang terkait dengan produk asuransi.
- d. Mengetahui manfaat dan keuntungan serta implikasi yang timbul setelah menggunakan asuransi.

### 2. Peran Agen

Secara sosiologis peran merupakan aspek dinamis yang berupa aksi ataupun sikap yang dilaksanakan oleh seorang yang menempati ataupun memangku sesuatu posisi serta melakukan hak-hak serta kewajiban perannya. Bila seseorang melaksanakan kedudukan tersebut dengan baik, hingga dengan sendirinya hendak berharap jika apa yang dijalankan cocok dengan keinginan dari lingkungannya. Peran secara universal merupakan kedatangan di dalam yang memastikan sesuatu proses keberlangsungan (Soekanto, 2002: 242).

Pada Buku Manajemen Sumber Daya Manusia, dijelaskan jika setiap industri membutuhkan strategi manajemen SDM, yang terus menerus diorientasikan pada kenaikan pemahaman dan keahlian pada tiap agen-agen asuransi. Peran agen meliputi (Nawawi, 2003:

108) :

- a. Senantiasa menghubungi calon nasabah saat sebelum melakukan kunjungan.
  - b. Kesadaran bermakna pemakaian waktu, agen selalu tiba tepat waktu dalam berkunjung menemui calon nasabah.
  - c. Metode berpakaian serta penampilan, seseorang agen asuransi tidak boleh mengabaikan metode berpakaian serta berpenampilan, perihal ini bisa mempengaruhi evaluasi calon nasabah terhadap penampilan seseorang agen asuransi.
  - d. Menjawab keberatan nasabah dengan baik.
  - e. Melindungi ikatan dengan nasabah.
3. Keputusan Nasabah Asuransi Syariah

R. Terry mengemukakan bahwa proses pengambilan keputusan akan selalu melibatkan pemilihan dari dua atau lebih pilihan yang mungkin menurut kriteria tertentu. Proses ini melibatkan menganalisis kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi, dan memilih opsi yang ada, serta membuat keputusan pasca seleksi dan pilihan tindakan. Perilaku konsumen akan menjadi apa yang konsumen/pelanggan gunakan untuk melakukan keputusan pembelian. Ini adalah proses dan aktivitas di mana konsumen terlibat dalam pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan evaluasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pada intinya, pengambilan keputusan adalah pendekatan sistematis terhadap sifat masalah, mengumpulkan fakta dan data, menentukan dengan cermat alternatif-alternatif yang disajikan, dan tindakan apa yang merupakan rangkaian tindakan yang paling tepat.

#### 4. Pandemi Covid-19

Pandemi Covid 19 adalah sebuah wabah *Corona Virus Disease 2019* pertama kali terdeteksi di Wuhan China, virus ini sangat cepat menular ke manusia melalui kontak fisik. Virus telah menyerang setiap sudut dunia, menyebabkan krisis kesehatan dan ekonomi. Jutaan orang

terbunuh oleh virus tersebut, dengan gejala demam dan sesak nafas yang parah. Di sisi lain, virus tersebut berimbas pada perekonomian Negara, krisis ekonomi yang didalamnya perusahaan-perusahaan mengalami *economic shock* dan terancam mengalami kebangkrutan, salah satunya adalah perusahaan asuransi yang terdampak dikarenakan Covid-19 dan aturan PSBB.

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana peran agen dalam mengedukasi literasi asuransi pada nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto di masa pandemi covid-19 ?
2. Bagaimana peran agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah di masa pandemi covid-19 ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana peran agen dalam mengedukasi literasi asuransi pada nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto di masa pandemic covid-19.
2. Untuk mengetahui bagaimana peran agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah di masa pandemi covid-19.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan Asuransi BUMIDA KC Purwokerto

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi mengenai hasil survey ini dan menjadi bahan evaluasi untuk asuransi syariah agar dapat berkembang, serta hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Lembaga Perusahaan Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, mampu memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas sebagai calon nasabah yang akan melakukan transaksi, terutama dengan meningkatkan kualitas pertukaran informasi dan layanan yang diberikan pada saat interaksi transaksi produk asuransi.

## 2. Bagi Akademik

Dapat memberikan sumbangan *literature* mengenai Perusahaan Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terkait variabel Literasi Asuransi dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah di Masa Pandemi Covid-19.

## 3. Bagi Peneliti Yang Akan Datang

Bagi peneliti tidak hanya mengembangkan ide dan pengalaman penelitian lebih lanjut terkait sebab dan akibat peristiwa pembelajaran dan pengalaman dalam penelitian selanjutnya serta menambah keilmuan, cara pandang pola pikir baru, dan profesionalisme dalam hal penelitian yang sejenis terkait asuransi syariah. Manfaat Teoritis yaitu diharapkan riset ini bermanfaat selaku bahan referensi riset sejenis serta menaikkan pengetahuan di bidang ekonomi tentang Analisis Literasi Asuransi dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah di Masa Pandemi Covid-19.

## F. Kajian Pustaka

### 1. Telaah Pustaka

Tinjauan Pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah mengidentifikasi pengetahuan, atau hal-hal yang telah ada untuk mengetahui apa yang ada dan yang belum ada. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

- a. DA Ramadhani, Supaino, M. Fatira, 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Pada Masyarakat Di Kota Medan. Jurnal ini tentang mengetahui mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi literasi asuransi syariah pada masyarakat di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis menggunakan uji T test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang berbeda secara signifikan terhadap literasi syariah di kota Medan adalah usia. Sementara itu, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan tidak ada perbedaan secara

- signifikan terhadap literasi asuransi syariah pada masyarakat di Kota Medan.
- b. Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Ayumiati, Rahmaton Wahyu, Perbankan Syariah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020. Dengan judul “Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh”. Jurnal yang bertujuan untuk menganalisis tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Kota Banda Aceh. Aspek literasi keuangan syariah yang diuji meliputi: pengetahuan dasar keuangan syariah, tabungan, dan pinjaman syariah, asuransi syariah, dan investasi syariah. Kajian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survey, melalui penyebaran kuesioner terhadap responden. Analisis data dilakukan dengan statistic deskriptif, dan hasil selanjutnya diklasifikasikan kedalam model tingkat literasi keuangan yang dirumuskan oleh Chen&Volpe (1998). Penulis akhirnya merekomendasikan kepada pihak terkait untuk terus memperkuat serta memperluas edukasi kepada masyarakat terkait keuangan syariah, agar dapat menunjang pengelolaan keuangan yang searah dengan prinsip syariah.
- c. Ade Maharini Adiandari, Hendra Winata, Fakultas Ekonomi Universitas Ngurah Rai, 2017. Dengan judul “Literasi Keuangan Dan Kepemilikan Asuransi Jiwa: Observasi Di Institusi Keuangan Sumatera Barat”. Jurnal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari literasi keuangan dan kepemilikan asuransi jiwa. Peneliti juga menguji apakah variabel-variabel demografi ekonomi seperti usia, gender, dan penghasilan bulanan dapat menjadi pembeda dalam keputusan seseorang untuk memiliki asuransi jiwa. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan uji korelasi spearman.
- d. Ratu Humaemah, Syifa Fauziah, Asuransi Syariah FEBI UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2020. Dengan judul “Analisis Peran Kinerja Agen Asuransi Dalam Membantu Penyelesaian Klaim Pada

- Produk SiagaKoe”. Jurnal yang bertujuan untuk menunjukkan bahwa peran kinerja agen asuransi dalam membantu penyelesaian klaim pada produk siagakoe berdasarkan SOP. Perusahaan asuransi PT Bumiputera Muda Cabang Serang yaitu perusahaan membantu peserta dalam penyelesaian klaim asuransi seperti memberikan informasi atau menjelaskan prosedur klaim, dan memberikan petunjuk dalam mengisi formulir klaim, membantu melengkapi dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam mengajukan klaim, dan menunggu hasil verifikasi dan validitas hingga klaim keluar. Klaim akan dibayarkan sesuai dengan akad yang disepakati pada awal perjanjian, klaim dapat berbeda dengan jumlah yang sesuai dengan premi yang dibayarkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu melakukan wawancara dan observasi langsung pada PT Asuransi Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.
- e. Najmudin, Shihabudin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, 2022. Dengan judul “*Subjective Norms And Behavioral Control: The Effectiveness On Interest In Sharia Insuranc*”. Jurnal yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap minat berasuransi syariah di AXA Mandiri Syariah Bank, pengaruh behavioral control terhadap bunga asuransi syariah pada Bank Axa Mandiri Syariah, pengaruh norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat pada asuransi syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif menggunakan kuesioner dengan analisis data menggunakan metode regresi linier berganda.
- f. Delvia Rusita Purnamasari, Azhar Alam, Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020. Dengan judul “*Level Of Understanding And Reasons Customers Choose Sharia Insurance Product*”. Jurnal yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman nasabah terhadap

produk asuransi dan alasan nasabah membeli atau menjadi konsumen syariah pertanggung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan statistik deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan alasan nasabah dalam memilih produk asuransi syariah adalah tergolong tinggi karena faktor minat konsumen dan faktor pengetahuan.

**Tabel. 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti (Tahun)                                    | Judul   | Hasil Penelitian  | Persamaan Dan Perbedaan  |
|----|--|---|---|--|
| 1  | DA Ramadhani, Supaino, dan M. Fatira (2020)              | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Pada Masyarakat Di Kota Medan | Hasil penelitian menyimpulkan bahwa usia dan pendapatan memiliki perbedaan yang signifikan serta jenis kelamin dan pekerjaan tidak memiliki perbedaan yang signifikan terhadap literasi asuransi syariah pada masyarakat di Kota Medan. | Persamaan :<br>Topik dan obyek yang sama yaitu tingkat literasi asuransi syariah seorang nasabah.<br>Perbedaan :<br>Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, sedangkan peneliti bersifat kualitatif. |
| 2  | Teuku Syifa Fadrizha Nanda, Ayumiati, dan Rahmaton Wahyu | Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh        | Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Kota Banda Aceh sebesar 71,99% dan tergolong ke dalam kategori   | Persamaan :<br>Topik yang sama yaitu tingkat literasi.<br>Perbedaan :<br>Topik yang dibahas tingkat literasi keuangan syariah  |

|   |  |   |   |  |
|---|--|---|---|--|
|   | (2020)   |   | sedang (60%-79%).<br>Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi akan menunjang pengelolaan keuangan personal yang baik pula, serta menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan keuangan yang baik untuk mendorong kesejahteraan.  | dan Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, sedangkan peneliti bersifat kualitatif.   |
| 3 | Ade Maharini<br>Adiandari,<br>Hendra<br>Winata<br>(2017) | Literasi Keuangan Dan Kepemilikan Asuransi Jiwa: Observasi Di Institusi Keuangan Sumatera Barat | Hasil penelitian menyimpulkan bahwa diperoleh hasil yang tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa peran literasi atau pengetahuan keuangan sederhana yang dimiliki oleh seseorang dengan kondisi yang ada di Indonesia ternyata belumlah cukup untuk mendorong seseorang memiliki asuransi jiwa. | Persamaan :<br>Topik dan obyek yang sama yaitu tingkat literasi keuangan asuransi syariah seorang nasabah.<br>Perbedaan :<br>Penelitian ini memfokuskan asuransi jiwa, sedangkan peneliti melakukan penelitian asuransi kerugian. Serta Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, sedangkan peneliti bersifat kualitatif. |

|   |                                       |   |  |   |
|---|---------------------------------------|---|--|---|
| 4 | Ratu Humemah dan Shifa Fauziah (2020) | Analisis Peran Kinerja Agen Asuransi Dalam Membantu Penyelesaian Klaim Pada Produk SiagaKoe | <p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa agen asuransi dalam membantu penyelesaian klaim pada produk siagakoe berdasarkan SOP. Agen asuransi tidak hanya memasarkan produk asuransi dan menjelaskan secara detail, tetapi juga harus membantu nasabah dalam mengajukan klaim asuransi khususnya pada produk siagakoe seperti yang disebut SOP PT.</p> <p>Diantaranya membantu melengkapi persyaratan dalam proses pengajuan klaim, memberikan informasi atau petunjuk dalam mengisi formulir klaim, menyiapkan dokumen-dokumen sebagai persyaratan kelengkapan klaim, mengantar peserta ke <i>customer service</i> dan</p> | <p>Persamaan :<br/>Topik yang sama yaitu analisis peran kinerja agen asuransi.</p> <p>Perbedaan :<br/>Objek penelitian ini mengarah ke asuransi umum, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti mengarah ke asuransi syariah. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif, sedangkan peneliti bersifat kualitatif.</p> |
|---|---------------------------------------|---|--|---|

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
|   |   |   | menunggu hasil verifikasi dan validasi hingga klaim keluar.   |  |
| 5 | Najmudin dan Shihabudin (2022)                  | <i>Faculty Of Economics And Business, Universitas Sultan Agen Tirtayasa Banten, "Subjective Norms And Behavioral Control: The Effectiveness On Interest In Sharia Insuranc"</i> . | Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki efek positif pada minat asuransi syariah, control perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap bunga asuransi syariah, dan norma subjektif dan control perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap minat asuransi syariah dengan total pengaruh sebesar 72,5%. | Persamaan :<br>Obyek yang sama yaitu minat seorang nasabah terhadap asuransi syariah.<br>Perbedaan :<br>Objek yang diteliti berbeda dan penelitian ini menitikberatkan pada variabel norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap efektivitas minat asuransi syariah, sedangkan peneliti mengarah kepada keputusan akhir nasabah untuk terima atau tolak. |
| 6 | Delvia Rusita Purnamasari dan Azhar Alam (2020) | <i>Dapartement Of Islamic Economic Laws, Faculty Of Islamic Studies, Surakarta Muhammadiyah University, "Level</i>  | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dapat diketahui melalui beberapa faktor, yaitu faktor minat dan faktor pengetahuan konsumen.   | Persamaan :<br>Obyek yang sama yaitu minat seorang nasabah terhadap asuransi syariah.<br>Perbedaan:<br>Objek yang diteliti   |

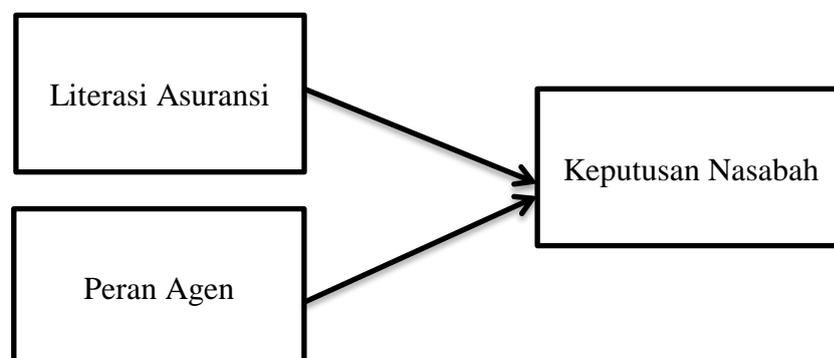
|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
|  |  | <p><i>Of Understanding And Reasons Customers Choose Sharia Insurance Product”.</i></p> | <p>Faktor yang menarik adalah situasi yang menjadi objek minat yang disertai dengan kesenangan. Sedangkan faktor pengetahuan konsumen adalah jika seseorang memiliki tingkat kepuasan yang tinggi pengetahuan, maka semakin banyak pengetahuan yang dimiliki.</p> | <p>berbeda dan penelitian ini menitikberatkan pada variabel norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap efektivitas minat dalam asuransi syariah, sedangkan peneliti mengarah kepada keputusan akhir nasabah untuk terima atau tolak.</p> |
|--|--|--|---|---|

## 2. Kerangka Teori

Kerangka teoritis adalah identifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berpikir untuk melaksanakan suatu penelitian atau dengan kata lain untuk mendeskripsikan kerangka referensi atau teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan.

Berdasarkan teori diatas, maka dapat digambarkan kerangka teori dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 1.1 Kerangka Teori**



Dengan adanya literasi asuransi yang baik, dapat mempermudah dalam pengaplikasian informasi termasuk berbagai macam fasilitas, fungsi akibat kerugian, hak dan kewajiban, serta bisa mengakses dan memanfaatkan produk atau layanan jasa asuransi. Hal ini bisa mendorong masyarakat guna mengenal dan mengakses produk-produk serta layanan asuransi. Jika literasi asuransi masyarakat relative bagus, maka kemampuannya dalam mengaplikasikan dan minat pada produk-produk asuransi syariah juga semakin bijak (Sari & Kautsar, 2020).

Faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam memakai produk di asuransi syariah yaitu pendidikan dan pengetahuan. Ketika semakin tinggi taraf pendidikan dan pengetahuan masyarakat, maka semakin besar pula masyarakat dalam mengakses produk asuransi syariah. Pendidikan serta pengetahuan di sini dapat disebut dengan literasi asuransi syariah, maka semakin tinggi literasi seorang nasabah dan peran agen dalam menawarkan produk asuransi syariah dapat meningkatkan keputusan masyarakat dalam mengakses produk-produk asuransi syariah dengan tepat sesuai kebutuhan.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penyusunan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam melihat bagian-bagian lebih rinci. Secara keseluruhan sistematika penyusunan penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian pokok, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Bagian awal penelitian ini terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman persembahan, kata pengantar, dan daftar isi.

Bagian isi dari penelitian ini terdiri dari lima bab. Secara spesifik, bagian isi ini akan memaparkan mengenai inti dalam penelitian, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika penelitian.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini merupakan tinjauan pustaka yang berisi landasan teori yang digunakan sebagai dasar penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang berisi tentang pembahasan dan analisis data dalam penelitian yang penulis lakukan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari hasil penulisan yang dilakukan peneliti serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Kemudian pada bagian akhir peneliti mencantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Asuransi Syariah

##### 1. Pengertian Asuransi Syariah

Di dalam Bahasa Belanda istilah asuransi merupakan *Assurantie* yang terbagi atas "*Assurateur*" teruntuk pertanggungan dan "*geassureerde*" teruntuk tertanggung. Lantas pada Bahasa Prancis dianggap "*Assurance*" menanggung sesuatu yang niscaya akan terjadi. Pada Bahasa latin adalah "*Assecurare*" yang artinya meyakinkan/membujuk orang. Dalam Bahasa Inggris disebut "*Insurance*" yang artinya menanggung sesuatu yang pasti akan terjadi (Kasmir, 2012: 260). Secara etimologi, asuransi syariah pada bahasa Arab disebut *at-ta'min*. penanggung dianggap *mu'ammin*, sedangkan tertanggung dianggap *mu'amanah lahu* atau *musta'min*. sedangkan *at-ta'min* diambil menurut istilah *amana*, lantaran mempunyai pengertian bahwa ia sudah melindungi, kedamaian, keselamatan, ketakutan, perlindungan, kenyamanan, keamanan, dan kebebasan tanpa rasa takut (Muhammad Syakir Sula, 2004: 28).

Istilah yang umum dipakai asuransi syariah ialah *Takaful*. Secara etimologi Bahasa Arab, *Takaful* berasal dari kata *takafala-yatakafulu*, memiliki arti jaminan atau menanggung. Dalam konteks ilmu tashrif atau sharraf, *takaful* salah satu yang termasuk dalam silsilah *bina muta'aadi*, yaitu *tafaa'ala* artinya saling bertoleransi menanggung. Ada pula yang mengartikannya dalam pengertian saling menjamin (Ahmad Warson Munawwir, 1997: 1220). Menurut DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia), mengacu pada istilah asuransi syariah (*takaful, radhamu*) merupakan upaya saling melindungi dan mendukung banyak individu melalui investasi dalam bentuk asset dan atau *tabarru'* dengan pola pengembalian sesuai kontrak dan pola mengatasi risiko tertentu yang sesuai syariah

(Muhammad Syakir Sula, 2004: 28).

Asuransi syariah tidak sama dengan asuransi konvensional. Tujuan utama asuransi syariah adalah guna saling membantu dan melindungi dengan mendanainya sebagai kontribusi asuransi yang disebut *tabarru'*. Sistem ini menggunakan pembagian risiko yang ditanggung peserta satu sama lain, dan pembagian risiko yang ditanggung peserta satu sama lain dari pada pengalihan risiko di mana tertanggung harus membayar premi. Kedua, akad yang dipakai untuk asuransi syariah wajib sesuai hukum Islam (syariah). Dengan kata lain, akad yang ditandatangani juga terlindung dari sesuatu yang mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zulm* (penganiayaan), *risywah* (uang sogok), dengan kata lain uang investasi perlu mencari tujuan yang halal, bukan malah mencari suatu barang haram dan kefasikan (Andri Soemitra, 2010: 245).

Asuransi syariah adalah salah satu jenis lembaga keuangan syariah yang berbeda dari bank. Asuransi syariah menjalankan tugas yang sama dengan lembaga keuangan non bank lainnya, dan juga berperan dalam menghasilkan keuntungan dari pengembalian investasi dana yang dikumpulkan dari pemegang polis. Proses bagi hasil pengelolaan dana pemegang polis dilakukan melalui prinsip bagi hasil. Untuk itu, penjamin bekerja menjadi administrator dan diinvestasikan menurut prinsip syariah (bagi hasil). Pemegang polis, dengan kata lain bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul mal*) dan mendapat manfaat dari manfaat asuransi, jaminan, dan bagi hasil dari perusahaan asuransi (Hendi Suhendi, 2005: 9).

Dari sudut pandang Islam, prinsip-prinsip dasar asuransi syariah tidak jauh berbeda dengan suatu prinsip dasar yang sedang berlaku, antara lain : (Hasan Ali, 2004: 125):

- a. Tauhid berasuransi tentunya harus berpedoman pada nilai-nilai ketuhanan yang sakral dan harus menciptakan suasana dan kondisi bermuamalah sesuai syariat islam.

- b. Keadilan merupakan salah satu upaya untuk melaksanakan suatu hak dan kewajiban di antara nasabah dengan pihak perusahaan asuransi.
- c. Tolong menolong ialah siapa pun yang datang ke perusahaan asuransi sejak awal perlu bekerja sama dan memotivasi untuk membantu peserta lain dalam meringankan beban.
- d. Kerja sama, dengan pihak-pihak dalam usaha asuransi syariah dapat berbentuk akad.
- e. Amanah, prinsip ini seharusnya diterapkan kepada semua nasabah asuransi, bahwa mereka yang menjadi nasabah asuransi harus memberikan informasi yang benar tentang sistem pembayaran premi, dan bahwa tidak ada maksud untuk memanipulasi apa yang terjadi.

## 2. Landasan Asuransi Syariah

Landasan teori asuransi syariah merupakan salah satu sumber kebangkitan praktik hukum syariah. Karena asuransi syariah telah memberi arti sebagai bentuk asuransi bisnis yang berlandaskan nilai ajaran islam yaitu Al-Quran dan Hadits, maka dasar yang dipakai dalam hal ini adalah beberapa hukum islam fikih (AM. Hasan Ali, 2004: 10). Sebagian besar ulama menggunakan metode konvensional untuk menemukan dasar syariah (*al-asas al-syar'iyah*) dari serangkaian masalah (*subject matter*). Al-Quran dan Sunnah Nabi Muhammad SAW menjadi landasan untuk memberikan nilai legalisasi.

### a. Al-Quran

#### 1) Q.S Al-Maidah (5) : 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْأَقْلَادَ وَلَا  
 آمِنَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَنْتَعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا  
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ

وَالْتَقَوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ ( المائدة/5: 2 )

Artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan ketakwaan, dan janganlah saling tolong menolong dalam dosa dan kezaliman dan bertakwalah kepada Allah SWT. Sungguh, azab Allah SWT sangat berat” (Dapartemen Agama, 1971: 227).

Bagian-bagian ayat di atas menjelaskan tentang gotong-royong atau saling bekerjasama, artinya setiap peserta asuransi *takaful* akan bekerjasama dan saling membantu untuk mengatasi kesulitan yang ditimbulkan oleh kesusahan yang dialami dikarenakan musibah.

2) Q.S Al-Hasyr (59) : 18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۚ ١٨ (الحشر/59: 18)

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan bersegeralah masing-masing memikirkan apa yang akan dikerjakannya besok di akhirat dan bertakwalah kepada Allah SWT, Allah lebih mengetahui apa yang akan kamu kerjakan” (Dapartemen Agama, 1971: 566).

3) Q.S An-Nisa (4) : 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيَعًا عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۖ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩ (النساء/4:

(29

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan dengan cara yang batil, kecuali dalam jual beli yang disepakati bersama”.

Ayat di atas menjelaskan terkait asas dari asuransi syariah merupakan pelarangan riba dan konsumsi harta milik orang lain. Fondasi dari asuransi syariah ialah saling bekerja sama atau saling mengulurkan bantuan. Keberanian perusahaan asuransi *takaful* dalam bekerja sama dan saling membantu untuk mengatasi kesulitan akibat bencana yang mereka alami.

### 3. Prinsip Dasar Asuransi Syariah

Prinsip dasar asuransi syariah ialah *Ta'awanu'ala al birr wa al taqwa* (membantu dengan keutamaan dan ketakwaan) dan *atta'min* (keamanan) (Gemala Dewi, 2007: 146). Prinsip tersebut membuat pemegang polis menjadi satu keluarga yang menjamin risiko setiap anggota. Ini dikarenakan transaksi yang digunakan dengan syariah/*takaful* ialah akad *takaful* yang berarti tanggung jawab bersama, dan bukan akad *tabaduli* dalam akad dan transaksi pertukaran barang yang digunakan dalam asuransi konvensional adalah pertukaran premi asuransi tidak ada dengan uang pertanggungan. Asuransi syariah disediakan menurut tiga prinsip utama, ialah :

- a. Tanggung jawab bersama, singkatnya pemegang polis asuransi *takaful* berbagi tanggung jawab untuk mendukung dan membantu pemegang polis lain yang secara hukum menderita bencana dan kerugian. Tanggung jawab yang benar adalah bentuk dari ibadah. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S Al-Hujuraat: 10 berikut:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ □ ١٠ )

الحجرت/49:10

Artinya : “orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara, karena itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara ke dua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, agar engkau

menerima rahmat” (Dapartemen Agama, 1971: 412).

- b. Bergotong royong dan saling membantu artinya peserta asuransi *takaful* bekerja sama dan saling membantu untuk mengatasi kesulitan akibat bencana yang dialaminya sebab suatu musibah yang dialami. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S Al-Maidah ayat 2:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا  
 آمِينَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ  
 شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا  
 تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ۚ (المائدة/5: 2)

Artinya: “Dan tolong menolonglah engkau pada mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong pada berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah engkau pada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (Dapartemen Agama, 1971: 227).

- c. Untuk melindungi penderitaan satu sama lain, singkatnya peserta asuransi *takaful* bertindak sebagai perantara anggota lain yang sedang menimpa gangguan keamanan berbentuk bencana. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Quraisy ayat 4:

الَّذِي أَطْعَمَهُم مِّن جُوعٍ ۖ وَأَمَنَّهُم مِّن خَوْفٍ ۖ (قریش/106: 4)

Artinya: “Allah yang sudah memasok makanan guna menghilangkan bahaya kelaparan dan menyelamatkan atau mengamankan mereka berdasarkan mara bahaya ketakutan” (Dapartemen Agama, 1971: 322).

Dengan prinsip primer yang telah disebutkan, maka asuransi syariah/*takaful* pada operasionalnya mempunyai prinsip dasar yaitu (AM. Hasan Ali, 2004: 126) :

- 1) Tauhid (*Unility*)

Ini adalah fondasi primer berdasarkan seluruh bentuk fondasi bangunan pada syariah islam. Semua bangunan dan segala kegiatan kehidupan insan wajib berlandaskan dalam nilai-nilai tauhid. Artinya pada setiap gerak, langkah, dan bangunan yang bagus wajib mencerminkan nilai ketuhanan. Kunci dari asuransi bermuamalah, ialah menciptakan situasi dan kondisi yang dipandu oleh nilai-nilai Tuhan. Kunci berdasarkan pertanggung jawaban perilaku manusia, artinya membentuk situasi dan syarat saat melakukan kegiatan asuransi. Sebagaimana Allah dalam Q.S An-Nahl ayat 36:

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۚ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ ۚ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ۚ (النحل/16: 36)

Artinya: “Dan sesungguhnya kami sudah mengutus Rasul dalam tiap-tiap umat guna menyerukan: “sembahlah Allah (saja), dan jauhilah Thaghut (826) itu”, maka diantara umat itu terdapat orang-orang yang diberi petunjuk Allah dan terdapat juga pada antaranya orang-orang yang sudah niscaya kesesatan baginya (826). Maka berjalanlah engkau dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)”.

## 2) Keadilan (*Justice*)

Pelaksanaan keadilan di antara pihak yang terlibat dalam kontrak asuransi. Keadilan pada hal ini dipahami menjadi wadah pembagian hak dan kewajiban antara nasabah dan perusahaan premi asuransi. Pertama, nasabah premi asuransi wajib memastikan bahwa mereka selalu membayar jumlah premi yang tetap kepada perusahaan asuransi dan wajib menerima jumlah dukungan yang tetap

ketika diminta. Kedua, perusahaan asuransi yang melakukan kegiatan sebagai pengelola dana, harus membayar klaim asuransi nasabahnya. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S An-Nahl ayat 90:

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۚ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ ۚ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِبِينَ ﴿٣٦﴾ (النحل/16: 36) إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾ (النحل/16: 90)

Artinya: “sesungguhnya Allah menyuruh (engkau) bersikap adil dan berbuat kebajikan memberi pada kaum kerabat, dan Allah melarang berdasarkan perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepada kalian supaya bisa mengambil hikmah dari suatu pelajaran”.

### 3) Tolong-Menolong (*Ta'awun*)

Mereka yang mengambil asuransi sejak awal perlu memiliki nilai-nilai dan motivasi untuk mengurusi beban rekan-rekan yang mungkin mengalami musibah pada suatu saat. Praktek tolong-menolong dalam asuransi syariah merupakan komponen kunci dari suatu bisnis asuransi. Tiada faktor ini untuk menghasilkan keuntungan bagi suatu bisnis saja. Artinya, perusahaan asuransi telah kekurangan karakter aslinya. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S Al-Maidah ayat 2:

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۚ فَمِنْهُمْ مَّنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ يٰٓأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدَىٰ وَلَا الْقَلَابِدَ وَلَا ۖ آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۚ وَإِذَا حَلَلْتُمْ

فَاصْطَادُوا ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَغْتَابُوْا ۗ  
 وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى ۗ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ  
 شَدِيْدُ الْعِقَابِ ۙ ( المائدة/5: 2)

Artinya: “Dan tolong-menolonglah engkau pada (mengerjakan) kabajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong pada perbuatan dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah engkau pada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

#### 4) Kerja sama (*Cooperation*)

Manusia adalah makhluk sosial dimana tidak dapat bertahan hidup tanpa pertolongan orang lain. Nilai kerjasama merupakan norma yang tidak terbantahkan sebagai penilaian posisi seseorang sebagai entitas sosial. Hanya menggunakan pencapaian kerja sama di antara semua makhluk hidup, mereka dapat mencapai status mereka sebagai seorang makhluk sosial. Kerja sama di dalam bisnis asuransi dapat terbentuk kontrak. Ini berfungsi menjadi dasar antara dua pihak yang terlibat, yaitu antara anggota dan perusahaan asuransi. Dalam pengoperasiannya, akad yang dipakai pada usaha iuran pertanggungangan bisa memakai musyarakah, mudharabah, atau lainnya. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S Al-Anfal ayat 41:

﴿وَاعْلَمُوْٓا اِنَّمَا غَنِمْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ ۙ فَاَنَّ لِلّٰهِ خُمْسَهُ ۙ وَلِلرَّسُوْلِ وَلِذِي الْقُرْبٰى وَالْيَتٰمٰى  
 وَالْمَسْكِيْنَ وَابْنِ السَّبِيْلِ اِنْ كُنْتُمْ اٰمِنْتُمْ بِاللّٰهِ وَمَا اَنْزَلْنَا عَلٰى عَبْدِنَا يَوْمَ الْفُرْقٰنِ يَوْمَ  
 التَّقٰى الْجُمُعٰى ۗ وَاللّٰهُ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ۙ ۙ﴾ ( الانفال/8: 41)

Artinya: “ketahuilah, sesungguhnya apa saja yang bisa engkau peroleh menjadi rampasan perang. Maka sesungguhnya seperlima buat Allah, Rasul, kerabat Rasul,

anak-anak yatim, orang-orang miskin dan ibnussabil, bila engkau beriman pada Allah dan pada apa yang kami turunkan pada hamba kami (Muhammad SAW) pada hari furqaan, yaitu pada hari bertemunya dua pasukan, dan Allah Maha Kuasa atas segala kehidupan manusia”.

#### 5) Amanah (*Tsustworthy*)

Di dalam perusahaan asuransi perlu memberikan informasi gratis terkait seorang nasabah dalam mengakses laporan keuangan mereka. Laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan asuransi perlu menjelaskan informasi yang benar dan adil dalam bermuamalah melalui pemeriksaan dari pihak *auditor public*. Asas kepercayaan selayaknya wajib benar bagi nasabah asuransi, pada hakikatnya nasabah asuransi wajib memberikan informasi yang nyata mengenai pembayaran premi agar tidak ada pemalsuan kerugian yang dideritanya. Apabila tertanggung membuat pernyataan palsu dan memanipulasi data tentang kerugian yang diderita, nasabah dapat melanggar prinsip kepercayaan dan dituntut berdasarkan suatu hukum kerelaan (*Al-Ridho*). Dalam suatu perusahaan, setiap anggota nasabah dapat ditunjukkan kemauan untuk mengantisipasi motivasi untuk meninggalkan sejumlah premi tertentu yang akan digunakan untuk mendanai premi yang dipercayakan kepada perusahaan asuransi dalam menjadikan pengalihan fungsi menjadi dana *tabarru'*. Hal ini dapat dilihat dari ayat Q.S Fatir ayat 2:

مَا يَفْتَحُ اللَّهُ لِلنَّاسِ مِنْ رَحْمَةٍ فَلَا مُمْسِكَ لَهَا ۚ وَ مَا يُمْسِكُ ۚ فَلَا يُرْسِلُ لَهُ ۚ مِنْ ۚ  
بَعْدِهِ ۚ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ ۚ ( فاطر/35: 2 )

Artinya: “apa saja yang Allah anugerahkan pada seluruh insan berupa rahmat. Maka tidak terdapat seorangpun yang

bisa menahannya. Dan apa saja yang ditahan oleh Allah maka tidak seorangpun yang bisa melepaskannya sehabis itu. Dan dialah yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana untuk semua umatnya.

6) Larangan Riba, Judi (*maisir*), dan ketidak pastian (*gharar*)

Larangan riba didasarkan pada pengalihan hak milik orang lain namun tidak sebanding sama dengan nilainya. Riba juga mencegah orang terlibat dengan upaya aktif dalam kegiatan riba. Larangan riba juga didokumentasikan dalam Al-quran, jadi tidak perlu mencari alasan.

4. Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional

Asuransi syariah masih secara teoritis berdasarkan kajian ekonomi syariah secara luas. Oleh lantaran itu, premi syariah wajib mengikuti peraturan syariah. Hal ini menciptakan premi syariah sebagai unik dan membedakannya menggunakan premi konvensional. Perbedaan antara asuransi syariah dengan asuransi konvensional yaitu (Asyraf Wajdi Dusuki, 2015: 167):

**Tabel 1.3**

**Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional**

| No | Prinsip | Konvensional   | Syariah  |
|----|---------|--|--|
| 1  | Konsep  | Suatu kontrak antara dua pihak atau lebih dimana penanggung diikat oleh tertanggung dengan menerima serangkaian premi yang dikompensasikan oleh penanggung kepada tertanggung. | Sekelompok orang yang saling membantu, saling mendukung, dan bekerja sama untuk menerima Dana <i>Tabarru</i> . |

|   |                  |   |   |
|---|------------------|---|---|
| 2 | Asal Usul        | Dikenal sebagai Perjanjian Hamurabi dari komunitas Babilonia 4000-3000 SM sebelum SM. Coffee House London pada tahun 1668 M, cikal bakal asuransi konvensional.     | Dari <i>Aqilla</i> , jauh sebelum datangnya Islam, adat-istiadat suku-suku Arab kemudian menjadi hukum Islam, sebagaimana disetujui oleh Nabi dan termasuk dalam konstitusi pertama di dunia yang langsung ditetapkan oleh Nabi (Konstitusi Madinah). |
| 3 | Akad             | Jual Beli   | Tolong Menolong   |
| 4 | Investasi Dana   | Menggunakan bunga (riba) sebagai dasar perhitungan investasi.   | Menggunakan bagi hasil ( <i>Mudharabah</i> ) sebagai dasar perhitungan investasi.   |
| 5 | Kepemilikan Dana | Dana yang terkumpul dari pelanggan (bonus) menjadi milik perusahaan sepenuhnya. Oleh karena itu, perusahaan bebas menentukan bagaimana mengalokasikan investasinya. | Dana yang terkumpul merupakan hak peserta. Perusahaan hanya diwajibkan sebagai wali amanat untuk mengelola perusahaan berdasarkan hukum Syariah.  |
| 6 | Pembayaran Klaim | Pembayaran ganti rugi akan dilakukan dari   | Mulai membayarkan klaim asuransi dari   |

|    |                      |   |  |
|----|----------------------|---|--|
|    |                      | rekening kas perusahaan yang telah disepakati.  | dana <i>Tabarru</i> kepada seluruh nasabah yang telah menerima bahwa ada penyesihan dana yang dapat digunakan sebagai dana untuk mendukung seluruh peserta apabila terjadi kesulitan atau musibah. |
| 7  | Mekanisme            | Dalam mekanismenya asuransi konvensional ada yang namanya dana hangus.                              | Tidak ada sistem yang namanya dana hangus.   |
| 8  | Pembagian Keuntungan | Semua keuntungan sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan.   | Dibagi antara perusahaan dan semua pelanggan atas dasar bagi hasil dengan bagian tetap.  |
| 9  | Sistem               | Transfer risiko, dimana risiko dialihkan dari tertanggung (nasabah) kepada penanggung (perusahaan). | <i>Risk sharing</i> dimana terjadi proses saling berbagi antara satu partisipan dengan partisipan lainnya (ta`awun).   |
| 10 | Pengawasan           | Tidak ada   | DPS (Dewan Pengawas Syariah)   |

#### 5. Strategi Pengembangan Asuransi Syariah

Strategi pengembangan asuransi syariah meliputi (Mardani, 2015: 107):

- a. Diperlukan sebuah strategi pemasaran yang lebih ditujukan

untuk mencapai tingkat kephahaman masyarakat sekitar tentang asuransi syariah secara lebih detail.

- b. Hendaklah memiliki bantuan dari berbagai partai politik pemerintahan ataupun swasta.
- c. Peningkatan standar kualitas suatu pelayanan asuransi syariah.
- d. Peningkatan kualitas insan Sumber Daya Manusia asuransi syariah.

## **B. Literasi Asuransi**

### **1. Pengertian Literasi Asuransi**

Literasi berawal dari bahasa latin ialah "*literature*" dan bahasa inggris "*letter*". Literasi ialah keunggulan atau kekuatan untuk benar-benar mengenal suatu karakter, termasuk potensi seseorang dalam membaca dan menulis. Tetapi setelah itu, pengertian literasi juga termasuk dalam pengetahuan visual, yaitu "kemahiran seseorang dalam mengenal dan paham atas gagasan yang tersampaikan melalui kasatmata. Literasi keuangan ialah keperluan mendasar setiap masyarakat untuk menghindari permasalahan keuangan. Kesusahan keuangan dapat terjadi tidak saja pada fungsi pendapatan yang rendah, tetapi lebih fokus pada masalah keuangan akibat kesalahan pengelolaan keuangan (*miss management*) ibarat penyelewengan kredit dan kurangnya perencanaan keuangan. Permasalahan ekonomi dan keuangan dapat mengakibatkan stress dan hilangnya tetap hati (Kamisa, 1997: 215).

Literasi keuangan syariah merupakan pandangan, pemahaman, dan kekuatan individu di dalam mengatur dana atau keuangan guna mencapai kesejahteraan (Fauzul, 2018). Dalam pembangunan literasi keuangan syariah bisa diartikan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan syariah ataupun pihak masyarakat luas dibutuhkan tidak hanya mengetahui dan tahu forum jasa keuangan syariah dan produk

jasa keuangan syariah, melainkan juga bisa mengganti atau memperbaiki tingkah laku rakyat pada pengelolaan keuangan secara syariah sebagai akibatnya bisa mempertinggi tingkat kesejahteraan mereka (Hani & Indri, 2019).

Literasi finansial adalah orang yang berbakat (*literate*) yang memiliki berbagai keterampilan dan kemampuan yang memungkinkannya menggunakan SDM yang tersedia bagi mereka untuk mencapai tujuan mereka. Kecakapan (*literacy*) adalah hal penting yang kalian butuhkan untuk mencapai tujuan. Literasi finansial merupakan bagian dari kekuatan memperoleh, mempelajari, dan menguji informasi terkait keputusan dengan memahami implikasi ekonomi yang terjadi (Rosyeni, 2012). Literasi asuransi syariah adalah informasi lengkap dan spesifik terkait asuransi syariah yang diselenggarakan berlandaskan prinsip syariah untuk mempelajari manfaat dan implikasi mendaftar sebagai peserta asuransi syariah dengan kekuatan individu dalam paham dan mampu mengambil kesimpulan. Ini dapat berfungsi sebagai pertimbangan keputusan untuk hasil (Avyanna Salsabila, 2016).

Literasi asuransi syariah adalah bentuk dari suatu kegiatan yang membantu progres keuangan syariah masa depan, karena paham dan sadar adalah kunci terpenting bagi pertumbuhan mereka. Namun, kurangnya pemahaman masyarakat baik di kota maupun di desa tentang lembaga keuangan asuransi dan manfaat yang diperoleh menjadi perhatian besar di kalangan pelaku industri asuransi. Pemberian literasi asuransi bagi masyarakat sangat fundamental dalam menyeimbangkan perwujudan pendidikan asuransi. Tujuan utama yang harus dicapai adalah guna membantu masyarakat luas/khusus mengelola risiko yang muncul.

Literasi keuangan masyarakat Indonesia dibagi menjadi empat tingkat, yakni *well literate* yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk

fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. *Sufficient literate*, memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. *Less literate*, hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan. *Not literate*, tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan. literasi asuransi memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* menjadi *well literate*. Serta meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa asuransi.

## 2. Indikator Literasi Asuransi

Suatu keterampilan dan pengetahuan kemampuan asuransi biasanya memiliki elemen penting yang disebutkan dalam *literature* yaitu (Avyanna, 2016):

- a. Pengetahuan mendasar untuk memahami sebuah asuransi.
- b. Memahami karakteristik utama layanan asuransi dasar, sikap terhadap penggunaan asuransi, dan hal terpenting itu dilihat dari membaca dan pelatihan memeliharanya.
- c. Waspada risiko yang ada kaitannya dengan produk asuransi.
- d. Kesadaran akan sebuah manfaat yang dihasilkan dan keuntungan yang diperoleh, serta hasil yang muncul setelah menggunakan asuransi.

Sesuai dengan penjabaran indikator kemampuan literasi asuransi dapat disimpulkan ialah pengetahuan mendasar tentang suatu konsep asuransi, pengetahuan tentang jenis dan manfaat asuransi, kesadaran terkait risiko yang berkaitan dengan suatu produk asuransi, dan

keyakinan dalam merencanakan transaksi beresiko yang akan terjadi.

### C. Peran Agen

Peran sebenarnya dapat memberikan makna sebagai serangkaian tindakan yang diinginkan dari seseorang dengan posisi hebat dalam masyarakat. Kedudukan dalam konteks sekarang yaitu kedudukan masyarakat yang tinggi, sedang, maupun rendah. Kedudukan sendiri mempunyai arti yaitu sebuah wadah, yang mempunyai isi adalah suatu hak dan kewajiban yang terkait dengan masalah suatu hal, padahal hak dan kewajiban tersebut dapat disebut peran. Dapat disimpulkan bahwa, seseorang dengan posisi tertentu dapat disebut sebagai pemenang peran. Hak sebenarnya selalu menjadi kekuatan untuk memutuskan apakah akan melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu, tetapi kewajiban merupakan keharusan beban atau kewajiban yang harus ditunaikan (Bakir, 2009: 348).

Secara sosiologis, suatu peran merupakan perspektif strategis yang meliputi gerakan aksi ataupun sikap yang dilakukan setiap individu tatkala menduduki ataupun mempertahankan posisi tersebut serta menjalankan hak dan suatu bentuk kewajiban peran tersebut. Bila seseorang melaksanakan kedudukan dan berhasil mencapai posisi ini, mereka secara alami menginginkan apa yang mereka lakukan untuk memenuhi keinginan orang-orang di sekitar mereka. Peran umumnya adalah salah satu orang dalam yang menjamin proses yang berkesinambungan (Soekanto, 2002: 242).

Menurut Wahyu Prihantono, Agen merupakan seorang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi dan pemegang polis untuk mendidik mereka tentang pentingnya asuransi hari tua dan untuk melindungi keluarga mereka dan mereka yang membutuhkan asuransi dengan membantu manjangkau calon pemegang polis. Menurut UU Peransuransian No. 2 Tahun 1992, agen asuransi yaitu orang perseorangan atau badan hukum yang usahanya memberikan jasa atas

nama perusahaan asuransi dalam pemasaran jasa asuransi. Oleh karena itu, agen asuransi dipahami sebagai setiap orang atau badan hukum yang menjual layanan asuransi atau membujuk calon nasabah untuk membeli satu atau lebih layanan asuransi yang ditawarkan secara *persuasif* dan menguntungkan.

Melihat peran agen pada perusahaan asuransi, maka perusahaan asuransi memiliki tugas dalam menjual produk yang seutuhnya. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa tugas agen yaitu :

1. Menjelaskan pentingnya suatu asuransi bagi masyarakat.
2. Mendeskripsikan apa, siapa, dan bagaimana kinerja perusahaan asuransi.
3. Menarik sebanyak mungkin calon pemegang polis atau nasabah.
4. Dipercaya oleh perusahaan, masyarakat, dan komunitas.
5. Menjaga nama baik perusahaan asuransi tempat dimana mereka bekerja.

Dalam melakukan tugasnya dalam menjaga nama baik perusahaan dan calon tertanggung, maka pihak agen harus menjalankan sepenuhnya kode etik agen asuransi yaitu :

1. Memenuhi kewajibannya untuk menjaga reputasi perusahaan dan calon tertanggung.
2. Menghormati kepercayaan pemegang polis dan melindungi kerahasiaan pribadi mereka.
3. Memberikan pelayanan terbaik yang berkesinambungan kepada pemegang polis.
4. Ikuti aturan profesi untuk menarik prospek dengan segala cara yang sesuai, tetapi dengan tegas menolak segala cara yang dapat mengganggu profesi agen.
5. Memberikan secara lengkap dan akurat semua fakta dan informasi yang diperlukan agar pemegang polis dapat mengambil keputusan yang tepat.
6. Berusaha untuk menyempurnakan keterampilan dan

meningkatkan pengetahuan melalui pemikiran kembali dan belajar secara terus menerus.

Upaya yang dilakukan dalam kiprah seorang peran agen pemasaran asuransi syariah guna membimbing calon pelanggan meliputi : (Hafidhuddin, 2002: 148).

1. Seorang agen pemasaran premi asuransi syariah harus menyiapkan masa periode semaksimal mungkin guna menerangkan *benefit* premi asuransi syariah pada setiap calon nasabah secara amanah dan terbuka terhadap siapapun.
2. Agen premi asuransi syariah wajib sanggup beraksi menjadi seseorang pemikir keuangan (*financial planner*) yang handal menggunakan dan menaruh pengetahuan yang sangat luas pada setiap calon nasabah premi asuransi syariah.
3. Agen premi asuransi syariah harus berpikir cekatan serta inovatif dalam menentukan suatu media sosial dan media cetak dalam memasarkan asuransi syariah. Misalnya seorang agen perlu belajar bagaimana penulisan berbisnis yang sesuai dengan syariat islam, jadi pihak agen dapat menyusun suatu artikel, *feature*, *advertorial*, atau buku yang memiliki tujuan guna memberi pelajaran kepada masyarakat tentang asuransi syariah.
4. Agen pemasaran harus selalu mencari setiap informasi terbaru, data terakurat, dan kebenaran/isu-isu tentang asuransi yang sedang berkembang di dalam negeri ataupun di luar negeri.
5. Agen asuransi perlu mengeliminasi isu-isu yang sedang beredar di masyarakat pada umumnya atau suatu sikap *apriori* masyarakat umum terhadap suatu premi asuransi yang menyebabkan banyak poli penipuan oleh perseorangan suatu agen pemasaran asuransi.

Buku Manajemen Sumber Daya Energi Manusia, menjelaskan bahwa jika masing-masing industri membutuhkan program rencana manajemen SDM, yang dirancang secara berkelanjutan untuk

meningkatkan kenaikan pemahaman dan keahlian masing-masing perusahaan asuransi. Penanda kedudukan suatu agen antara lain (Nawawi, 2003: 108) :

1. Pastikan untuk memberi tahu kepada nasabah sebelumnya pada saat berkunjung.
2. Kesadaran bermakna pemakaian durasi jangka waktu yang digunakan, pihak agen harus tiba terlebih dahulu pada saat mengunjungi nasabah dan melakukan prospek asuransi harus tepat sesuai target.
3. Metode pakaian serta berpenampilan agen asuransi suatu perusahaan manapun tidak diperbolehkan melalaikan gaya berbusana serta penampilannya. Perihal ini bisa mempengaruhi evaluasi calon nasabah terhadap agen asuransi syariah.
4. Menjawab dengan tepat perbedaan pendapat nasabah.
5. Melindungi ikatan hubungan nasabah.

Buku Manajemen Pemasaran Karya Philip Kotler, menjelaskan bahwa ada beberapa dasar manajemen hubungan pelanggan yang dimaksudkan ialah peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah. Peppers dan Rogers menguraikan kerangka kerja pemasaran empat langkah yang dapat diterapkan pada pemasaran CRM, yaitu :

1. Identifikasi prospek dan pelanggan.
2. Membedakan nasabah berdasarkan kebutuhan dan nilai mereka bagi perusahaan.
3. Berinteraksi dengan nasabah setiap individu untuk memperluas pengetahuan tentang kebutuhan individu mereka dan membangun hubungan yang lebih kuat.
4. Ubah pesan menjadi produk yang penuh modifikasi dan peningkatan layanan kepada setiap nasabah.

## **D. Keputusan Nasabah Asuransi Syariah**

### **1. Pengertian Pengambilan Keputusan**

R. Terry mengutarakan bahwa proses pengambilan suatu keputusan pasti memilih dua atau lebih pilihan yang mungkin menurut kriteria tertentu (Asminar, 2017: 266). Proses ini meliputi analisis kebutuhan dan keinginan, evaluasi pilihan yang ada, proses seleksi, pengambilan keputusan, dan perolehan informasi tentang perilaku pasca pemilihan (Husein Umar, 2003: 83). Perilaku konsumen akan menjadi apa yang konsumen/nasabah gunakan untuk mengambil keputusan pembelian. Ini merupakan suatu perjalanan dan aktivitas yang terlibat dalam pencarian, penetapan, pengadaan, pemakaian, dan penilaian produk dan pelayanan bagi konsumen guna memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (Kotler Philip, 1997: 253). Pada intinya, pengambilan keputusan ialah pendekatan sistematis terhadap sifat masalah, mengumpulkan fakta dan data, secara hati-hati menentukan alternatif yang disajikan, dan mengadopsi yang diperhitungkan sebagai tindakan yang paling tepat (Philip Kotler dan Gary Amstrong, 2008: 267).

### **2. Proses Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan ialah suatu langkah yang diambil guna melewati masalah yang dijumpai, atau untuk mencapai suatu tujuan secepatnya dengan biaya yang rendah. Pengambilan keputusan bukan hanya masalah sementara. Dengan kata lain, keputusan tidak begitu mendesak, karena keputusan didasarkan pada kualitas keputusan. Ini berarti bahwa keputusan akan dibuat dikarenakan semua keputusan yang diambil akan diikuti baik buruknya akibat dari keputusan tersebut tergantung pada kualitas keputusan tersebut. Menurut Hariadi (2005), ada beberapa langkah pengambilan keputusan yang paling tepat yaitu :

- a. Pengidentifikasian masalahnya.
- b. Pengidentifikasian solusi terbaik yang disebutkan dalam

pemecahan permasalahan dan berikan solusi alternatif yang bagus untuk dijalankan.

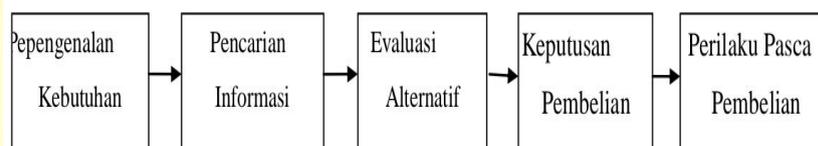
c. Identifikasi keseluruhan biaya dan pendapatan yang ada kaitannya dengan alternatif yang dipertimbangkan, serta singkirkan biaya yang tidak relevan.

### 3. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian diawali jauh sebelum pembelian yang sebenarnya dan akan terus berlanjut lama setelah terjadi pembelian. Pemasaran harus fokus pada serangkaian proses pembelian, tidak hanya pada keputusan pembelian. Di bawah ini adalah gambaran suatu proses pengambilan keputusan nasabah dalam Buku Manajemen Pemasaran Karya Philip Kotler, meliputi :

**Gambar 1.2**

#### **Tahap Proses Pengambilan Keputusan**



#### a. Pengenalan Kebutuhan

Proses pengambilan keputusan dimulai ketika pembeli menyadari masalah atau kebutuhan yang disebabkan oleh rangsangan internal atau eksternal. Stimulasi internal meningkatkan salah satu kebutuhan normal seseorang, seperti lapar, haus, atau seks ke tingkat maksimum, menjadikannya dorongan atau kebutuhan yang dapat dihasilkan dari stimulasi eksternal. Seseorang melihat iklan TV tentang berlibur ke Hawaii dan mempertimbangkan pembelian potensial pada setiap nasabah, pihak pemasar perlu mengumpulkan informasi dari berbagai konsumen untuk mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan spesifik minat mereka. Pemasar mungkin perlu meningkatkan insentif konsumen agar pembelian potensial tumbuh.

#### b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi dimulai ketika konsumen menyadari bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi melalui pembelian dan konsumsi produk. Konsumen, tertarik dengan kebutuhan, menginginkan lebih banyak informasi. Luasnya pencarian yang dilakukan akan tergantung pada kekuatan motivasi, jumlah informasi yang telah dimiliki, kemudahan perolehan dan nilai informasi tambahan, serta kepuasan pencarian informasi tersebut. Sumber informasi konsumen terbagi menjadi empat kelompok :

- 1) sumber informasi pribadi : teman, tetangga, anggota keluarga, dan kenalan.
- 2) sumber komersil : periklanan, tenaga penjualan, *dealer*, pengemasan, dan pameran.
- 3) Sumber informasi umum : media massa, organisasi konsumen, dan kelompok konsumen.
- 4) Sumber pengalaman : pernah menangani dan menguji dana menggunakan produk.

#### c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merek dan memilih sesuai dengan preferensi konsumen. Beberapa konsep dasar akan membantu dalam memahami proses peninjauan konsumen. Pertama, konsumen ingin kebutuhannya terpenuhi. Kedua, konsumen menuntut manfaat spesifik dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang setiap produk sebagai kumpulan atribut dengan kemampuan yang bervariasi untuk memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

#### d. Keputusan Pembelian

Selama fase evaluasi alternatif, konsumen membentuk preferensi mereka untuk merek dalam rangkaian pilihan. Konsumen juga mungkin mau atau tidak mau membeli produk

yang paling mereka sukai. Konsumen dapat membuat lima sub-keputusan dalam melaksanakan niat pembelian mereka, diantaranya : merek, pengecer, kualitas, waktu dan metode pembayaran. Proses keputusan pembelian konsumen tidak selalu berjalan dalam gaya yang direncanakan dengan hati-hati. Berikut beberapa teori dan upaya penjelasannya (Philip Kotler, 2009).

Sangadji dan Shopiah (2013) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen sebagai pilihan perilaku antara dua atau lebih alternatif. Ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan, membeli atau tidak membeli, mereka berada dalam posisi untuk mengambil keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses ini sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Menurut Peter dan Olson (2000), pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang berorientasi pada apa yang diarahkan pada sasaran.

Setiadi (2003) mendefinisikan pilihan konsumen sebagai proses terpadu dari menggabungkan pengetahuan, mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satunya. Hasil dari proses integrasi ini adalah pilihan yang secara kognitif disajikan sebagai keinginan perilaku. Pengambilan keputusan konsumen mencakup semua proses yang dilalui konsumen untuk mengidentifikasi masalah, menemukan solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih opsi.

Dari pembahasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian didasarkan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu alternatif tindakan yang tersedia (Sangadji dan Shopiah, 2013).

#### e. Perilaku Pasca Pembelian

Pasca pembelian, konsumen mungkin kesulitan melihat fitur

tertentu yang mereka pedulikan, mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain, dan mempercayai informasi untuk mendukung keputusan mereka. Kalian perlu memberikan keyakinan dan peringkat yang membantu memperkuat pilihan konsumen dan membuat mereka merasa nyaman dengan merek yang telah ditawarkan. Pekerjaan pemasar tidak berakhir dengan pembelian. Pemasar perlu mengalami kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian.

Gambar 1.2 memastikan tentang nasabah melampaui lima tahap pada tiap-tiap pembelian. Namun, melalui pembelian reguler, konsumen sering melewatkan langkah-langkah ini atau membalikkan pesanan. Namun, penggunaan gambar model memang menunjukkan semua pertimbangan yang muncul ketika nasabah dihadapkan pada kondisi pembelian yang terbaru dan berbelit-belit.

#### a. Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan

- 1) Keputusan terprogram, berulang, dan rutin menggunakan prosedur pemeliharaan standar.
- 2) Keputusan tidak terprogram memecahkan masalah ini jika keputusan tersebut benar-benar baru dan tidak terstruktur. Tidak ada cara khusus untuk menyelesaikan masalah ini.
- 3) Keputusan dengan kepastian, risiko dengan ketidakpastian

#### b. Kreteria Dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan didasarkan pada pengetahuan faedah (*utilitarianism*), dengan berfokus pada hak (*right*), pada prinsip adil (*justice*), dengan jeli pada pemuasan kewajiban, dan dengan berfokus pada efek kualitas dengan beberapa kriteria pengambilan keputusan yang etis (*reputation effect*) (Rizky Dermawan, 2013: 141).

#### c. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan

Permasalahan pengambilan keputusan merupakan kegiatan memutuskan bagaimana mencapai sebuah tujuan yang hendak dicapai lewat bantuan informasi dan jumlah data yang diproses dengan benar dan tepat. Pengambilan keputusan ialah seperangkat keadaan visi dan misi yang ingin dicapai, langkah-langkah insan untuk menggapainya, serangkaian rintangan, kekurangan, ketidakjelasan dan risiko, dan tindakan lain dari peristiwa lain. Banyak faktor yang mempengaruhi suatu pilihan nasabah asuransi syariah, antara lain:

#### 1) Produk

Produk merupakan barang yang boleh dipasarkan untuk dijual, digunakan, atau dikonsumsi di pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Produk berkualitas tinggi yang ditawarkan perusahaan pasti akan menarik perhatian pelanggan dan menjadi pelanggan tetap. Lagi pula, semakin tinggi keunggulan produk yang dipasarkan perusahaan, pasti hal ini akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil asuransi syariah. Produk favorit pelanggan adalah produk berkualitas tinggi yang membuat mereka senang. Kualitas produk memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong pelanggan untuk membuat pilihan. Jika produk berkualitas tinggi dan kepuasan pelanggan tinggi, hal ini dapat diartikan sebagai peningkatan kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut. Konsep produk menekankan bahwa selaku konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan kualitas, sinergi, dan inovasi tertinggi.

#### 2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada keputusan nasabah untuk menentukan produk dari asuransi syariah. Hal ini dikarenakan layanan yang diberikan perusahaan kepada nasabahnya memudahkan mereka untuk memilih dan tetap

menggunakan asuransi. Oleh Karena itu, kualitas layanan berpengaruh tinggi terhadap peningkatan keputusan nasabah untuk pemilihan asuransi syariah.

### 3) Besaran Premi

Jumlah premi merupakan jumlah premi yang nasabah bayarkan kepada perusahaan tergantung pada kemampuan finansial nasabah dan kebutuhan nasabah. Besarnya premi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk mengambil asuransi syariah atau tidak, dan nasabah dapat memilih untuk membayar premi yang diinginkan atau tidak. Premi asuransi dapat dibayarkan bulanan, triwulan (setiap tiga bulan), dan per semester (setiap tahun). Besarnya premi menentukan investasi yang akan diterima nasabah jika terjadi kejadian yang tidak terduga dan setelah jangka waktu berakhir.

### d. Indikator Pengambilan Keputusan

Menurut Philip Kotler Dalam Buku Manajemen Pemasaran, keputusan yang dibuat dalam penelitian ini memiliki indikator dalam setiap keputusannya yaitu : Kotler, 2009: 125):

#### 1) Kemantapan sebuah produk

Keputusan nasabah setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang diterima mendukung proses pengambilan keputusan selanjutnya.

#### 2) Kebiasaan dalam membeli sebuah produk

Pengalaman yang terdekat (keluarga, kerabat, teman) dalam menggunakan suatu produk memiliki pengaruh yang besar terhadap proses pengambilan keputusan produk.

#### 3) Memberikan informasi kepada orang lain

Mengirimkan informasi positif dan menarik kepada orang lain dimaksudkan agar mereka tertarik untuk membeli.

#### 4) Pembelian berulang.

- 5) Pembelian berkelanjutan, yaitu setelah nasabah puas dengan produk atau jasa yang diterima, maka pembelian akan dilakukan secara berkelanjutan karena nasabah merasa puas atas layanan yang diberikan oleh seorang agen.

## E. Pandemi Covid-19

### 1. Pengertian Pandemi Covid-19

Pandemi Covid-19 merupakan peristiwa *epidemic* penyakit *Corona virus disease 2019* penyakit menular disingkat COVID-19 di semua Negara di dunia. Penyakit ini penyebabnya dari virus corona jenis terbaru pada tahun yang disebut SARS-CoV-2 (Gorbalenya, 2020). Epidemii Covid-19 awal munculnya ditularkan di Kota Wuhan, Provinsi Hubei, Tiongkok, bertepatan pada 1 Desember 2019, dan dinyatakan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada 11 Maret 2020. Pada 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 kasus telah dilaporkan, lebih dari 219 negara dan wilayah di seluruh dunia, ini mengakibatkan lebih dari 1.301.021 orang sudah meninggal dunia dan lebih dari 34.394.214 telah pulih sembuh ([www.who.int](http://www.who.int) diakses 04 maret 2022).

### 2. Dampak Ekonomi Pandemi Covid-19

Dampak Covid-19 yang diikuti pada salah satu kebijakan *lockdown* atau PSBB, telah menunda sejumlah investasi, menunda berbagai kegiatan kemasyarakatan, mahasiswa, pekerja di tempat umum, pemadaman produksi, transportasi darat, jalur udara, dan banyak lagi. Kegiatan perbankan dan impor/ekspor di sektor keuangan mengalami penurunan jumlah pertumbuhan (*decline*) 2% dari posisi awalnya mencapai 6% pada capaian sebelum pandemi covid-19. Pandemi Covid-19 pada awal kejadian PSBB terjadi di berbagai acara sosial. Kabarnya itu berdampak buruk pada pemberitaan dan interaksi bisnis yang berdampak negative bagi sejumlah besar masyarakat pada pemberitahuan informasi dan

interaksi suatu bisnis bagi masyarakat baik di kota maupun di desa (Alwi, 2020: 24).

## F. Landasan Teologi

Dalam teori islam, perilaku/akhlak seorang konsumen/nasabah wajib selalu melukiskan hubungan dengan Sang Maha Pencipta Allah SWT. Tiap-tiap gerak dalam wujudnya sendiri, berupa pengeluaran sehari-hari, dengan perantara Allah SWT, dengan tidak terpicut pada barang haram, kekikiran, dan rakus sehingga akan mendapatkan keselamatan hidupnya di akhirat kelak (Muhammad Muflih, 1990: 12). Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah (5): 100 yang artinya :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَيْرُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ ۚ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ □ ١٠٠ (المائدة/5: 100)

Artinya: “katakanlah: “kejahatan tidak sama dengan kebaikan, banyaknya kejahatan menarik hatimu, bertakwalah kepada Allah SWT, hai manusia yang berakal, semoga kamu mendapat keberhasilan (Departemen Agama Republik Indonesia, 1990: 606).

Ayat di atas menjelaskan bahwasanya segala sesuatu yang bermanfaat harus jauh dikatakan baik dari pada berlimpah hal halal yang timbul adanya bahaya/*mudharat*. Seorang yang tidak mencolok menerima apa yang baik baginya, jauh dari apa yang halal. Itu sudah cukup bagi mereka yang akan menjadi bekal bermanfaat di akhirat (Ar Rifa’I dan M. Nasib, 2005: 523). Mencintai apa yang disebut *thayyib* (baik) dan *khabits* (jelek), serta halal dianggap sebagai cara yang baik untuk mengambil keputusan yang baik, dan hal-hal buruk tidak persis sama. *Thayyib* lebih dari kualitatif, tetapi selalu dibuat dengan baik, bahkan jika kualitas lebih banyak dari yang jelek (*khabits*).

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan dijelaskan dalam beberapa ayat yang sifatnya lebih umum. Itu berarti mereka dapat diterapkan pada aktivitas apa pun. Apalagi konsep pengambilan

keputusan dalam Islam lebih banyak didikte oleh sifat keadilan dan kehati-hatian dalam menerima informasi, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an QS. Al-Hujarat Ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ  
مَا فَعَلْتُمْ لُدْمِينَ ۖ (الحجرات/49: 6)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, ketika orang-orang fasik membawa berita, lakukanlah penelitianmu, jangan sampai kamu menyakiti orang tanpa mengetahui keadaan di mana mereka akan bertobat dari perbuatan mereka”.

Dari ayat di atas kita dapat melihat bahwa sebagai seorang muslim kita harus berhati-hati dalam menerima berita dan informasi. Jika kalian tidak memiliki pengetahuan tentang itu, saya sarankan kalian memeriksanya terlebih dahulu dan melakukan riset. Ayat ini juga dapat menjadi landasan sikap hati-hati umat Islam dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi dan menggunakan produk. Seperti yang telah disebutkan, pentingnya memilih produk yang halal tertuang dalam Al-Qur'an QS. Al-Baqarah Ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۚ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ  
مُبِينٌ ۙ (البقرة/2: 168)

Artinya : “Hai manusia, makanlah yang halal dan baik dari apa yang ada di bumi dan jangan mengikuti jejak setan, karena sesungguhnya setan adalah musuhmu yang sebenarnya”.

Dari ayat di atas, kita dapat melihat bahwa penting bagi umat Islam untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal. Halal di sini tidak hanya berarti bahan-bahan yang terkandung, tetapi juga pengelolaan, lokasi, dan cara perolehannya. Tujuan utama hukum Islam adalah agar kemaslahatan dapat terwujud dan peran maslahat dalam hukum Islam sangat besar. Keunggulan yang ada dalam sistem hukum Islam meningkatkan integritas pengawasan dan pengembangan asuransi

syariah. Secara khusus terdapat prinsip-prinsip manfaat yang diharapkan dari asuransi syariah, seperti larangan riba, penghindaran *taghrir*, *tadlis*, *maisir*, produk halal, pengelolaan uang yang jujur, sesuai syirkah, perdagangan *thayyib*, kewajiban zakat, dan kehendak timbal balik (Jajuli, 2015).



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau *field research* yang dalam mengumpulkan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian. Sedangkan untuk jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian deskriptif (*description research*) yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2013:3) yaitu berlokasi di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2016:19).

Pada penelitian kualitatif, peneliti sebagai *human instrument* dan dengan teknik pengumpulan data *participant observation* (observasi berperan serta) dan *in depth interview* (wawancara mendalam) (Sugiyono, 2016:11). Jadi dalam hal ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan alasan karena penelitian kualitatif bertujuan untuk menentukan dan menggali data dari yang diamati oleh penulis pada saat melakukan observasi dan wawancara mendalam. Dalam penelitian ini, penulis tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau perusahaan asuransi yang diteliti, artinya penulis tidak mengubah, menambah, atau mengadakan, memanipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dalam kegiatan penelitian ini, penulis hanya memotret apa yang terjadi pada diri objek atau wilayah yang diteliti, kemudian memaparkan apa yang terjadi dalam

bentuk laporan penelitian secara lugas, seperti apa adanya.

Dalam skripsi ini dimulai dari rumusan masalah yang digunakan untuk memandu penulis mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti. Melalui metode ini juga, penulis dapat mengetahui bagaimana aktifitas yang dilakukan oleh agen asuransi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dalam mendapatkan seorang nasabah. Semua itu dilakukan dengan cara observasi, karena peneliti sendiri menyaksikan langsung dan mengamati keadaan yang sebenarnya dalam proses seorang nasabah menerima/menolak bentuk tawaran dari seorang agen. Peneliti sendiri melakukan observasi di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

## **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terhadap Nasabah Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto. Berada di Ruko Centrum Unit E, Jl. Komisaris Bambang Suprpto No. 21-23, Cigrobak, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto adalah salah satu perusahaan asuransi yang dapat bertahan di Era Pandemi Covid-19, dengan berbagai strategi yang dilakukan agar produk asuransi dapat terus eksis di tengah masyarakat pada masa Covid-19.

### **2. Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian mulai dari 10 Maret 2022 hingga 12 Agustus 2022.

## **C. Subjek dan Objek**

### **1. Secara Subjek**

Subjek Penelitian menurut Suharsimi Arikunto adalah benda, hal atau orang tempat data variabel yang dipermasalahkan (Suharsimi, 2000:200). Dalam hal ini subjek penelitian adalah responden yang

dianggap memiliki pengetahuan dan informasi yang dibutuhkan dalam pengumpulan data penelitian. Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang yang dipermasalahkan (Arikunto, 2000: 200). Subjek dalam penelitian ini adalah Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

## 2. Secara Objek

Sedangkan objek penelitian ini adalah Literasi Asuransi dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah di Masa Pandemi Covid-19.

### **D. Sumber Data**

Sumber data merupakan benda, hal atau orang tempat penelitian mengamati, membaca atau bertanya tentang data. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi dari narasumber.

#### 1. Data Primer

Data primer menurut Wahyu Purhantara merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung menggunakan instrument-instrumen yang telah ditetapkan. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari hasil observasi, wawancara, studi kepustakaan yang materinya berhubungan tentang Literasi Asuransi dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah BUMIDA KC Purwokerto).

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Wahyu Purhantara merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat public yang terdiri atas : struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh dari penelitian secara tidak langsung, melalui perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Purhantara, 2010:

79). Sumber data ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari buku-buku, internet, surat kabar, jurnal, majalah, dan lain-lain. Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung, yaitu data tersebut diperoleh penulis dari dokumen-dokumen perusahaan dan buku-buku *literature* yang memberikan informasi tentang Literasi Asuransi dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Nasabah BUMIDA KC Purwokerto).

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan. Beberapa metode tersebut antara lain, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

#### **1. Observasi**

Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara mengamati setiap kegiatan baik secara langsung atau tidak langsung. Kemudian dengan menjadikannya sebuah catatan atau deskripsi, selanjutnya catatan tersebut dianalisis. Sedangkan jenis metode observasi yang penulis gunakan adalah metode observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan, dan dimana tempatnya (Sukmadinata, 2012: 220).

Metode observasi ini penulis gunakan untuk memperoleh data bagaimana seorang nasabah mengambil keputusan terima/tolak terkait kinerja agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dalam menawarkan suatu produk asuransi syariah. Melalui observasi ini, penulis akan mengetahui tentang bagaimana seberapa cakap seorang agen dalam segi pengetahuan asuransi, bagaimana seorang agen memiliki peran dalam mendapatkan nasabah, target yang dicapai

seorang agen, dan berapa banyak nasabah yang agen peroleh. Melalui metode ini juga, penulis dapat mengetahui bagaimana aktifitas yang dilakukan oleh agen tersebut di lingkungan masyarakat. Semua itu dilakukan dengan cara observasi, karena peneliti sendiri menyaksikan langsung dan mengamati secara detail keadaan yang sebenarnya.

## 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara atau *interview* merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual. Peneliti melakukan wawancara terhadap nasabah, agen, dan kepala seksi pemasaran PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto. Sedangkan jenis metode wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara tidak terstruktur/mendalam, wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data (Sugiyono, 2013: 197). Metode wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya berupa pendapat dari para narasumber.

## 3. Dokumentasi

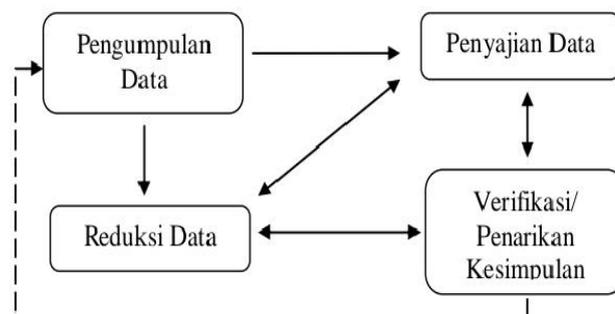
Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013: 329). Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk melengkapi data-data yang tidak penulis dapatkan dari teknik wawancara maupun observasi baik itu berupa surat-surat, gambar, ataupun foto, maupun data lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Hasil yang diperoleh oleh peneliti dalam melakukan dokumentasi pada suatu proses wawancara dan dokumentasi pada saat kegiatan dilakukan.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Sugiyono dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dari periode tertentu, sedangkan analisis data itu sendiri adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan, lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting, dan apa yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi sesuatu yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari, dan mengemukakan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Upaya menganalisis data yang diperoleh, penulis menggunakan analisis deskriptif yang dikembangkan oleh *Milles dan Hubberman*, dengan tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya sebagai berikut (Sugiyono, 2013: 320).

**Gambar 1.3**  
**Komponen Dalam Analisis Data**



Menurut *Milles dan Huberman*, analisis data kualitatif tersebut dilakukan dengan cara interaktif dan berlangsung terus-menerus sampai

tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun aktivitas dalam analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut (Sugiyono, 2013: 338) :

#### 1. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (sering kali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gagasan, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari dengan tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan kembali. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara,

yakni: melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkat-peringkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

## 2. Penyajian Data

*Milles dan Huberman* (1984), yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Selanjutnya, disarankan dalam melakukan *display data*, selain dengan teks yang bersifat naratif, juga dapat berupa grafik, matrik, *network* (jejaring kerja), dan chart. Membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

## 3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan menurut Milles dan Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan

salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2016: 244-253).

#### **G. Uji Keabsahan Data**

Pemeriksaan keabsahan data sangat penting dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebenarannya secara ilmiah. Pemeriksaan keabsahan data merupakan satu langkah untuk mengurangi kesalahan dalam proses perolehan data penelitian yang tentunya akan berimbas pada hasil akhir dari suatu peneliti. Untuk menguji keabsahan data yang terkumpul, peneliti menggunakan metode *Membercheck* dan *triangulasi*.

##### **1. Membercheck**

*Membercheck* merupakan pengecekan informasi yang didapat dari pemberi informasi pada peneliti. *Membercheck* memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana informasi yang didapat peneliti sesuai dengan yang diberi dari pemberi informasi. Jika informasi yang diperoleh disetujui oleh penyedia informasi maka data tersebut sah, sebaliknya jika tidak disetujui oleh pemberi informasi maka perlu adanya percakapan antara peneliti dan pemberi informasi. Bagaimanapun jika hal yang penting perbedaannya sangat tajam, peneliti harus mengganti penemuannya dan melakukan penyesuaian diri dengan yang diberikan dari penyedia informasi. Oleh karena itu, tujuan dari *membercheck*

adalah agar data yang digunakan dicatat pada laporan sesuai dengan apa yang tersirat oleh sumber informasi atau informan (Sugiyono, 2019).

## 2. *Triangulasi*

Moelong mengemukakan *Triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau pembandingan terhadap data yang bersangkutan (Nugrahani, 2014). *Triangulasi* pada pengujian kredibilitas dicirikan sebagai benar-benar melihat informasi dari beberapa sumber dengan lebih dari satu cara dan waktu. Ada tiga macam *triangulasi*, yaitu *triangulasi* sumber, *triangulasi* metode pengumpulan informasi, dan *triangulasi* waktu. *Triangulasi* sumber yaitu bertujuan mengamati informasi yang telah didapatkan dari berbagai sumber. *Triangulasi* metode pengumpulan informasi mengharapakan untuk menguji kredibilitas informasi dengan mengamati sumber yang sama namun menggunakan berbagai prosedur. Dan *triangulasi* waktu juga mempengaruhi kredibilitas informasi. Dalam menguji keabsahan suatu informasi pada saat pemeriksaan dapat dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dengan metode yang berbeda dalam berbagai kesempatan atau keadaan (Sugiyono, 2019).

Penulis melakukan pengecekan dengan menggunakan triangulasi sumber data dan triangulasi metode pengumpulan data dengan tujuan memperoleh data yang valid dan dapat dipertanggung jawabkan. Pengecekan dengan metode pengumpulan data diperoleh dari metode wawancara yang dilakukan oleh peneliti dari berbagai sumber mulai dari kepala seksi pemasaran, agen, nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, observasi, dan dokumentasi yang akan dibandingkan hasilnya.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT Asuransi BUMIDA 1967**

Lembaga keuangan non bank di Indonesia termasuk salah satunya ialah perusahaan asuransi. Menurut UU Nomor 2 Tahun 1992 membahas terkait Perusahaan Perasuransian yang di dalamnya termuat pada pasal 1 Ayat 1. Pertanggung terdiri dari dua atau lebih syarat yang menunjukkan bahwa tertanggung menanggung tanggungan tertanggung dengan menerima premi asuransi dalam kontrak para pihak yang berasuransi. Pihak perusahaan melakukan pembayaran kepada pihak ketiga berdasarkan antisipasi kesusahan, kehancuran, manfaat, kewajiban atau hidup atau mati tertanggung yang mungkin diderita tertanggung sebagai akibat dari kejadian yang tidak pasti. Oleh karena itu, perusahaan asuransi dapat dipandang sebagai pemberian layanan asuransi yang komprehensif kepada masyarakat.

PT Asuransi Bumiputera Muda 1967, salah satu perusahaan asuransi syariah Indonesia, didirikan atas gagasan penggabungan manajemen AJB Bumiputera 1912 sebagai salah satu perusahaan induk. Drs. H.I.K Suprakto dan Mohammad S. Hasyim, MA. Oleh karena itu, Raden Soerojo Wongsowidjojo S.H, berdomisili di Jakarta, Nomor 7 tanggal 8 Desember 1967, merupakan tambahan dari Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 15 tanggal 20 Februari 1970. Diumumkan atas perolehan asuransi Bumida dengan surat No.KEP. 305/DJM/111.3/7/1973 tanggal 24 Juli 1973, diperpanjang dengan Keputusan Menteri Keuangan, 1986.

BUMIDA bertekad menggapai satu impian sebagai “The Big Ten” pengelolaan dengan sistem asuransi umum dan asuransi syariah yang berorientasi memiliki kualitas tinggi, dapat diandalkan, pengelolaan keuangan bersih, dan dapat memberikan keuntungan terutama bagi para

pemangku kepentingan (*Stakeholder*) terutama nasabah. PT BUMIDA mempunyai perkantoran menyebar sampai ke sudut Indonesia. Diawali dari Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, sampai ke ujung daerah Papua. Bukan hanya Asuransi konvensional saja yang beroperasi, namun PT BUMIDA mempunyai Asuransi Syariah dengan produk berbagai macam yang terus berkembang. Pada 19 Februari 2004 PT Asuransi Bumida Syariah memperoleh surat operasional pembangunan kantor. Baru pada tahun 2009 mencapai apa yang bisa dikatakan tingkat perkembangan kinerja yang baik dengan kenaikan 10,32 % dari Rp. 397,37 miliar menjadi Rp. 438,38 M sewaktu pada 2010, PT BUMIDA beruntung mencetak laporan keuangan dengan pendapatan bersih Rp. 16,70 miliar.

Dalam melakukan kompetisi bisnis, pihak pengelola berkomitmen di segala bidang, termasuk fokus untuk memaksimalkan sinergi internal, sinergi Grup Bumiputera dan Gerakan Sinergi Terpadu (GESIT) secara menyeluruh. Dengan melakukan sinergi meningkatkan pengembangan sumber daya manusia berdasarkan struktur organisasi dan kompetensi, pengoptimalan pengembangan pemasaran produk unggulan, mencapai hasil *underwriting* yang unggul dengan meningkatkan kinerja teknis, dan meningkatkan layanan nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Meningkatkan sarana investasi yang menguntungkan dan sistem teknologi informasi yang mampu berpacu pada zaman yang serba digital. PT. Asuransi BUMIDA telah menerima beberapa penghargaan bergengsi atas komitmennya dalam memberikan layanan asuransi kepada masyarakat. Penghargaan tersebut antara lain (PT Asuransi Bumiputera Muda 1967 Laporan Tahunan, 2006).

- a. Pada tahun 2002, *Magazine Capital* menamakannya sebagai salah satu dari 5 besar produk asuransi kesehatan, kebakaran, dan kendaraan yang terpercaya.
- b. *The Most Valuable Brand* paling berharga 2003 diterbitkan di Majalah SWA Sembada.

- c. Penggagas dan penyelenggara Penghargaan Rekor Dunia ini menyatukan polis asuransi sebagai klaim asuransi pertama di Indonesia.
- d. Majalah infobank 2005 yang sangat bagus yaitu asuransi properti dan kecelakaan.
- e. *Best Syariah total Insurance 2008* oleh *Karim Business Consulting* sebagai terbaik ke 2.
- f. Asuransi Bumida bersertifikat ISO 9001 dan PEFINDO pada tahun 2008 dan mendapat peringkat BBB+. Asuransi properti dan kecelakaan terbaik 2005 versi Majalah Infobank dan di tahun 2008 dan 2005 dinobatkan sebagai Asuransi Properti dan Kecelakaan terbaik versi Majalah Investor.
- g. Dinobatkan sebagai Asuransi Terbaik 2010 oleh *Insurance Media*. Ini menunjukkan bahwa pihak perusahaan dalam menawarkan dan melayani nasabah sangat baik, berkualitas, yang diterima dan di andalkan oleh lapisan masyarakat pada umumnya.

## **2. Falsafah, Visi dan Misi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto**

- a. Filosofi dasar pendirian PT Asuransi BUMIDA adalah sebagai berikut :
  - 1) Idealisme, merupakan untuk selalu menjunjung tinggi *antusiasme* dan nilai dari suatu perjuangan tanah air untuk menumbuhkan harkat dan martabat Indonesia melalui jaminan asuransi.
  - 2) Solidaritas, merupakan selalu menjaga dan mengembangkan nilai cinta tanah air serta berjuang dalam *spirit* solidaritas melalui keuniversalan dan melewati kegiatan yang bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan.
  - 3) Profesionalisme, merupakan keahlian mengatur usaha asuransi umum dan syariah secara cakap yang didukung oleh tenaga-

tenaga yang berpengetahuan, didukung oleh staff yang sangat terampil dan cekatan.

- b. VISI “Menjadi perusahaan asuransi umum dan syariah yang memberikan nilai kepada *stakeholders*”.
- c. MISI Mewujudkan organisasi yang unggul, bisnis yang berkualitas, dan sinergi yang terintegrasi dengan Bumiputera Group. Ini dicapai dengan :
  - 1) Pengembangan Sumber Daya Manusia yang berjaya dan produktif.
  - 2) Integrasi pengelolaan teknologi informasi yang terbaru dan berkelanjutan.
  - 3) Berinovasi produk secara berkelanjutan.
  - 4) Pengembangan jaringan pelayanan diseluruh wilayah.
  - 5) Mengoptimalkan BUMIPUTERA Group.
- d. Dalam melakukan perilaku kerja dan tugas yang dibebannya, setiap karyawan di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto memiliki *motto* “BUMIDA Koe”, yaitu:
  - B** erani berubah dan berbeda
  - U** let dan pantang menyerah
  - M** enghargai nasabah kecil
  - I** novatif dan aktif
  - D** isiplin dan taat prosedur
  - A** manah dan tidak ingkar janji
  - K** ebanggaan dan kebersamaan
  - O** rientasi pada target dan waktu
  - E** fektif dan efisien

### 3. Struktur Organisasi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto

|               |   |
|---------------|---|
| Direksi       | : Drs. Ramli Forez, M.M., AAAIJ         |
| Kepala Divisi | : Suryo Tarsun                          |
| Kepala Cabang | : Muhammad Haris Michrady, SP,<br>AAAIK |

- Kepala Seksi Pemasaran : Rezqy Velyan
- Kepala Seksi Teknik Keuangan : Adhitya Ramadhan Dwi P
- Account Officer* : 1. Desy Ani Lestari  
2. Putri Nur Prayitno  
3. Setyo Ariyanto
- Agen : 1. Putro Nur Prayitno  
2. Desy Ani Lestari  
3. Ardi Junaidi Sitompul  
4. Setiyo Arianto  
5. Sigit Priyantono  
6. Wahyu Hidayat  
7. Sri Palupi Utami  
8. Nur Pudiati  
9. Susanawati  
10. Bayu Pamungkas  
11. Purwanti  
12. Puji Wahyuni  
13. Tulus Haryanto  
14. Sartono  
15. Rochyadi  
16. Joni Pranowo  
17. Rudi Juniarto  
18. Aktriyani  
19. Suhardjo  
20. Eli Tristiyanti  
21. Aris Subagyo  
22. Iskandar  
23. Irwan Setiawan  
24. Sri Chotimatun  
25. Reni Erawati  
26. Samsu Tri Atmaja



27. Lestari Bagyaningsih

28. Sunarso

29. Arie Sucipto

30. Lasdi HP

Staff Polis dan Klaim : Fais Bagus J

Staff Keuangan : Wahyu Tri A

Dari struktural tersebut dapat dipahami dengan melihat bagan dari koordinasi sebagai berikut:

**Gambar 1.4 Bagan Koordinasi**



Adapun dari bagan tersebut dapat dipahami bahwa Direksi bertanggung jawab atas kinerja Kepala Divisi serta Kepala Cabang, kemudian Kepala Cabang bertanggung jawab atas dua kepala seksi tersebut yaitu Kepala Seksi Pemasaran yang terdiri dari AO dan agen dan Kepala Seksi Teknik Keuangan yang terdiri dari staff polis dan klaim dan staff keuangan. Kepala Cabang bertugas mengkoordinir seluruh tim, memberi arahan, motivasi, dan evaluasi. Kemudian tugas

Kepala Seksi Pemasaran adalah mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional AO dan agen, membuat perencanaan kerja kegiatan pemasaran dan anggaran tahunan, serta program aksi sesuai dengan bidang tanggung jawabnya, melaksanakan pembentukan dan pengembangan sistem pemasaran dan kemitraan, memberikan dukungan dan bantuan pengembangan pemasaran, serta menyusun laporan hasil pelaksanaan peningkatan. Mengawasi operasi departemen pemasaran dan departemen kemitraan, berpendapat dan mempertimbangkan bagi pengawas sebagai bagian dari bahan pengembangan kebijakan. Tugas berikutnya ialah Kepala Seksi Keuangan adalah mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional staff polis dan klaim serta staff keuangan.

#### **4. Lokasi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto**

Penelitian ini mengambil lokasi penelitian di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terhadap Nasabah Asuransi Syariah BUMIDA KC Purwokerto. Berada di Jl. Komisaris Bambang Suprpto No. 21-23 Ruko Centrum Unit E, Cigrobak, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto adalah salah satu perusahaan asuransi yang dapat bertahan di Era Pandemi Covid-19 dengan berbagai strategi yang dilakukan agar produk asuransi dapat terus eksis di tengah masyarakat pada masa Covid-19.

#### **5. Produk-Produk PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Divisi Syariah**

Pengertian produk menurut KBBI ialah suatu barang atau jasa yang dihasilkan serta ditambahkan lagi nilai guna suatu barang di dalam keberlangsungan hasil puncak dari proses produksi. BUMIDA mengemban misi untuk menyerahkan layanan terbaik untuk keseluruhan nasabah dengan tetap mengutamakan staff syariah dan tidak takut untuk lebih memperhatikan sosialisasi produk-produk yang

diperlukan oleh masyarakat. Produk PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto divisi syariah yaitu:

a. Produk Standar Syariah

1) Asuransi Kesehatan

Jenis asuransi yang mengganti semua anggaran penyembuhan, perawatan, dan pemulihan seperti rawat inap, operasi, dan pengobatan ketika nasabah mengalami suatu sakit atau kondisi medis yang disetujui dalam program atau ditanggung oleh polis. Pertanggung jawaban ini bertujuan untuk melindungi peserta dari hal yang tiba-tiba terjadi.

2) Asuransi Pengangkutan

Pihak perusahaan asuransi melindungi kerusakan atau kehilangan barang peserta (pemilik barang yang diangkut) selama pengangkutan akibat bencana atau kecelakaan.

3) Asuransi Kendaraan

Melindungi peserta dari potensi risiko seperti tabrakan, jatuh, dan tergelincir dari jalan. Ini termasuk cacat material kendaraan, struktural, merusak diri sendiri atau penyebab lainnya, kelalaian pihak ketiga, kebakaran, dll. Semua berupa kerugian akibat bencana alam saat berkendara.

4) Asuransi Uang

Menjamin risiko akibat kehilangan *financial* atau surat penting yang ada di dalam *brankas*, penarikan, atau penghitung uang yang dikunci atau dikirim dari lokasi yang satu ke lokasi yang lain.

5) Asuransi Kebakaran

Melindungi dari kehilangan atau kerusakan akibat tempaan api besar, petir, keledakan sesuatu, dan kecelakaan kebakaran yang disebabkan oleh kecelakaan pesawat.

6) Asuransi Kecelakaan Diri

Asuransi ini mengklaim pertanggungan 24 jam dampak kecelakaan yang dialami pada bepergian peserta selama periode satu tahun dan semasa bepergian menggunakan tujuan.

7) Asuransi Tanggung Gugat Dokter

Asuransi ini memberikan ganti rugi kepada dokter berdasarkan praktik medis yang menjalankan profesinya dan akan bertanggung jawab secara hukum atas segala kerugian yang diakibatkan oleh cedera fisik korban yang didasari perlakuan yang diambil dari departemen asuransi dalam periode asuransi.

8) *Surety Bond*

Kontrak *tripartit* di mana perusahaan asuransi sebagai penjamin dan pembangun adalah *prinsipal*, dan keuntungan pembangun dijamin (kewajiban) yang menjamin kepentingan proyek (*obligie*) pemilik bisnis jika klien gagal melakukan kewajiban berdasarkan kontrak.

9) *Custom Bond*

Kontrak *tripartit*, penjamin *surety* menjadi pihak ke 1 atau penjamin berkewajiban melaksanakan kewajiban dari pihak ke 2 atau *principal* kepada pihak ke 3 atau *oblige*. Hal ini dikarenakan pihak ke 2 tidak mau melunasi kewajibannya.

10) Asuransi Pekerjaan Kontruksi

Asuransi dengan mengganti kemerosotan *financial* yang diakibatkan rusaknya harta benda yang disebabkan oleh pemasangan dan pelaksanaan pekerjaan konstruksi.

11) Asuransi *Erection All Risk*

Pihak perusahaan memberi garansi menyeluruh terhadap kehilangan atau setiap kerusakan yang terjadi semasa perakitan dan pengujian mesin baja, alat kerja dan struktur,

serta pertanggung jawaban dari pihak tiga sebagai kesudahannya dari perakitan atau pengujian mesin.

#### 12) Asuransi Kerusakan Mesin

Asuransi yang memberikan jaminan biaya memperbaiki atau ganti alih secara tiba-tiba, terduga mendadak, dan tanpa paksaan terhadap mesin yang rusak karena kecelakaan.

#### b. Produk PaketKoe Standar Syariah

##### 1) Asuransi RumahKoe

Yaitu produk komprehensif yang memberi pertanggung jawaban atas rusaknya kendaraan motor, perampokan dengan penambahan pertanggung jawaban jalur inti yang disusun khusus guna pertanggung jawaban tempat tinggal rumah.

##### 2) Asuransi MotorKoe

Yaitu suatu yang mewariskan upaya melindungi dari pencuri dan kehancuran akibat kecelakaan, memberikan tambahan perlindungan khusus kepada pemilik motor, layanan pembayaran, dan premi yang rendah.

##### 3) Asuransi MobilKoe

Yaitu produk asuransi yang melindungi dari pencurian dan kecelakaan, kerusakan dan kehilangan, memberikan perlindungan ekstra khusus kepada pemilik kendaraan roda empat, dan membayar layanan dengan premi yang relevan di kalangan masyarakat.

##### 4) Asuransi SehatKoe

Merupakan produk asuransi yang memberi suatu pertanggung jawaban atas penyakit, kematian, dan kecelakaan serta menawarkan perlindungan dan pengecualian pengobatan khusus, serta pilihan manfaat rumah sakit atau pusat kesehatan tertentu.

#### 5) Asuransi SiswaKoe

Yaitu produk asuransi untuk pelajar berusia 3 sampai dengan 20 tahun yang memberikan manfaat kepada peserta sebagai akibat dari kecelakaan yang terjadi dalam jangka waktu pertanggungan tertentu selama satu tahun atau 24 jam, seperti saat bepergian yang meliputi santunan meninggal dunia, santunan cacat tetap, santunan biaya pengobatan, santunan rawat inap, santunan biaya pemakaman dan bantuan beasiswa serta benefit lainnya.

#### 6) Asuransi MahasiswaKoe

Yaitu produk asuransi yang dirancang untuk memberikan perlindungan kepada mahasiswa dengan memberikan santunan risiko pengobatan, rawat inap, kematian, dan kecelakaan yang terjadi dalam jangka waktu pertanggungan tertentu selama satu tahun atau 24 jam seperti saat pergi ke kampus.

### 6. Profil Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah masyarakat yang diprospek asuransi oleh seorang agen dalam jangka waktu target satu bulan, dimana narasumber tersebut yang pernah menggunakan asuransi syariah ataupun yang belum sama sekali memakai asuransi syariah. Narasumber terdiri dari wanita dan pria dari kalangan usia yang bermacam. Pekerjaan seorang narasumber mayoritas yaitu karyawan di suatu unit sekolah atau universitas, dimana beliau bertanggung jawab atas asuransi yang didaftarkan meliputi seluruh siswa, guru, karyawan, mahasiswa, dan dosen. Wawancara dilakukan pada nasabah asuransi syariah sebanyak 10 orang dengan 6 perempuan dan 4 laki-laki, pegawai PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto 1 orang, dan agen asuransi 1 orang.

**Tabel 1.4**  
**Data Narasumber**

| <b>Nama</b>                    | <b>Pekerjaan/Jabatan</b>  | <b>Pendidikan Terakhir</b> |
|--------------------------------|---|----------------------------|
| Rezqy Velyan                   | Kepala Seksi Pemasaran PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto                     | S1                         |
| Suhardjo                       | Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto                                       | S1                         |
| Sulistianingsih, S.Sos         | Guru dan Kepala Sekolah SMK Bina Taruna Purwokerto (Nasabah)                | S1                         |
| Maznan Arifudin                | Ketua KMPA Faktapala UIN SAIZU Purwokerto (Nasabah)                         | S1 Dalam Proses            |
| Salsabila Ulya<br>Nabilah Fuad | Ketua WAPALA IT Telkom Purwokerto (Nasabah)                                 | S1 Dalam Proses            |
| Noorul Fatimah,<br>S.Pd, M.M.  | Guru dan Bendahara Humas SMK Negeri 1 Kalibagor (Nasabah)                   | S2                         |
| Hanandya Nuari                 | Staff TU SMK Wiworotomo Purwokerto (Nasabah)                                | D3                         |
| Hendro Sukoco                  | Karyawan Staff Kepegawaian Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto (Nasabah) | S1                         |
| Catur Winarsih                 | Karyawan Staff Keuangan Universitas AMIKOM Purwokerto (Nasabah)             | S2                         |
| Drs. Ngazam Bahuri             | Ketua TU SMK Bina Teknologi Purwokerto (Nasabah)                            | S1                         |

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| Christine       | Staff Keuangan STMIK Yos<br>Sudarso (Nasabah) | D3 |
| Tri Renaningsih | Human Research dan<br>Keuangan                | S1 |

Sumber : Wawancara

## **B. Peran Agen Dalam Mengedukasi Literasi Asuransi Pada Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Di Masa Pandemi Covid-19**

Pada saat covid-19 menyerang di tanah air Indonesia, PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto mengalami penurunan jumlah omzet secara drastis tepatnya pada tahun 2020 dan 2021. Pandemi Covid-19 yang membuat adanya peraturan *work from home* dan *social distancing* mengakibatkan adanya ketakutan dari para agen untuk beraktifitas memasarkan produk ke nasabah, hal tersebut menjadi penghambat bagi aktifitas seorang agen asuransi dan berujung pada ketidak stabilisan perusahaan. Selain itu, adanya kebijakan PSBB yang menyebabkan perusahaan tidak mendapatkan akses bebas untuk bertatap muka dengan nasabah, dampaknya mulai dari menurunnya jumlah nasabah secara drastis yang berdampak secara berkelanjutan juga terhadap pendapatan perusahaan. Perolehan omzet tahunan yang biasanya mencapai sekitar 7-8 miliar per tahun, paska adanya Covid-19 hanya mendapat omzet sekitar 3 miliar per tahun. Kondisi ini berjalan selama satu tahun belakangan, yaitu pada tahun 2021.

Kepala Seksi Pemasaran PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto menyampaikan dalam tahun tersebut perusahaan mengalami kemerosotan yang drastis, dimana omzet yang biasanya paling minim adalah 7 miliar per tahun, di tahun tersebut hanya mendapat sekitar 3 miliar. Beberapa faktor mendasar yang mempengaruhi kondisi tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, seperti faktor psikologis masyarakat yang takut akan adanya Covid-19, ditambah dengan persepsi bahwa apabila ada seseorang bertemu secara tatap muka adalah salah satu cara yang dapat menjadi

media penularan Covid-19. Kemudian masyarakat miskin di kota dan desa akan menyadari manfaat ekonomi, karena Pandemi sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dasar untuk bertahan hidup. Kecenderungan orang itu pendapatannya menurun, jadi jikalau pendapatannya menurun maka kecenderungan hanya akan menggunakan uangnya untuk kebutuhan pokok yaitu kebutuhan makanan. Selain itu, adanya kebijakan PSBB yang diterapkan pemerintah sehingga akses untuk bertemu dengan orang lain dibatasi. Dan faktor mendasar lainnya adalah belum siapnya strategi perusahaan yang beradaptasi dengan kondisi Pandemi Covid-19 sehingga menuntut *General Manager* PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto untuk lebih berfikir keras lagi dalam menjaga stabilitas perusahaan tersebut.

Dampak adanya Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan drastis omzet pendapatan perusahaan. Perubahan budaya yang disebabkan kondisi Pandemi dan kebijakan pemerintah yang memberi kebijakan pembatasan sosial memaksa *general manager* perusahaan untuk berfikir dalam mengembangkan perusahaan. Namun, pihak PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto juga berusaha semaksimal mungkin melakukan upaya inovasi yang dilakukan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi covid-19 dengan cara prospek setiap harinya, menginovasi produk yang ada, serta memperkenalkan produk-produk yang tidak berhubungan langsung dengan pandemi covid-19 yaitu produk *Surety Born* (penjaminan).

*“Yaitu dengan prospek setiap hari. Inovasinya dengan memperkenalkan produk-produk yang tidak berhubungan langsung dengan pandemi yaitu Surety Born (penjaminan). Pada saat sebelum pandemi 3 miliar dari 8 miliar sebanyak 30% bisnisnya di Purwokerto itu dari SiswaKoe. Dari pandemi 2 miliar produknya turun drastis menjadi 300 juta, itu karena tidak ada tatap muka, tidak ada rapat sekolah, adanya peraturan daerah Provinsi Jawa Tengah yang melarang dilarang menarik uang apapun kepada orang tua siswa/mahasiswa untuk keperluan sekolah guna meringankan efek*

*pandemic. Sekolah otomatis tidak akan mengasuransikan, dari SiswaKoe aja sudah turun 1,7 miliar dan gantinya dari bisnis Surety Born. Asuransi banyak yang minat, namun setelah pandemi gantinya dari bisnis Surety Born. Pada saat pandemi, semua bisnis mati dan yang tidak mati itu Program Pemerintah, kontruksi perbaikan pemerintah masih jalan. Uang pemerintah itu misalkan dari 100% anggaran, paling dialihkan anggaran covid-19 sebesar 50-75% dan 25% masih bertahan. Yang punya pemilik proyek anggaran itu pemerintah, kemudian pemerintah melakukan lelang. Misalkan pemerintah memiliki anggaran 1 Miliar, tolong jalan yang di Sokaraja diperbaiki. Pasti para kontraktor pada daftar dong. Lah pas mau ikutan lelang, masing-masing kontraktor wajib memiliki jaminan. Lah jaminan itu salah satu produk BUMIDA yang sedang hits yaitu Surety Born” (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).*

Peran agen asuransi tentunya sangat penting bagi pelaku bisnis, terutama di era digital ini. Tentu saja peran lembaga tersebut semakin dipertanyakan. Namun untuk menjadi seorang agen yang profesional, pihak PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto memiliki prosedur khusus dalam penerimaan calon agen yang baru diantaranya lebih memprioritaskan seseorang yang memang ahli di bidang Marketing khususnya dunia asuransi, untuk minimal pendidikan SMA, serta seseorang yang mempunyai kegigihan tinggi dalam mencapai target penjualan asuransi. Namun pada kenyataannya, sistem marketing di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto tidak hanya agen saja, tetapi ada juga sistem *supervisor* dan sistem *account officer* yang minimal pendidikannya itu D3/S1 (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).

Harus diingat memprospek seorang calon nasabah tidak mudah yang dibayangkan. Pihak agen harus mempunyai kemampuan profesional yang diukur dengan penerapan wajib memiliki kartu lisensi pada semua agen yang mewajibkannya harus ujian di AASI (Asosiasi Asuransi Syariah

Indonesia). Kartu lisensi ini sifatnya wajib, karena kartu ini ibarat kata seperti SIM untuk berdagang asuransi di lapangan. Jikalau tidak memiliki kartu lisensi, berarti itu melanggar aturan dan dampaknya akan ke perusahaan. Untuk membantu menemukan calon nasabah, agen asuransi perlu menghadirkan produk asuransi yang ditawarkan, mulai dari manfaat yang ditawarkan hingga premi dan risiko yang ditanggung. Selain itu, agen asuransi harus mampu menjawab semua pertanyaan asuransi dari calon nasabah mengenai produk asuransi. Jika *stakeholder* sudah berminat, proses dilanjutkan dengan penandatanganan polis asuransi syariah sesuai aturan dari perusahaan asuransi yang dipilih. Agen asuransi kemudian juga menerima sebagian komisi dari penjualan. Selain itu, dari PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto melakukan pendidikan dan pelatihan khusus sebelum seorang agen layak memasarkan produknya yaitu dengan melakukan program produk *knowledge* yang dilakukan setiap bulan minimal 2 kali pertemuan dan kegiatan “Rabu Pintar”. Kegiatan tersebut berisi pemberian pengetahuan tentang produk yang ada di BUMIDA dan memberitahukan SOP berdagang asuransi di lapangan (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).

Kesadaran masyarakat terhadap asuransi syariah menurun seiring dengan persepsi risiko. Namun, angka literasi asuransi syariah di Indonesia hanya 2%, jauh di bawah angka literasi asuransi konvensional sebesar 9%. Indikator Kinerja Kapasitas Asuransi ini mencakup pengetahuan dasar tentang konsep asuransi, pengetahuan tentang jenis dan manfaat asuransi, kesadaran akan risiko yang terkait dengan produk asuransi, dan perencanaan keamanan untuk mengatasi risiko yang mungkin timbul. Dalam penelitian ini, penulis menelusuri faktor-faktor yang melatarbelakangi tingkat kompetensi asuransi nasabah dan beberapa aspek yang terkait dengan peran agen untuk meningkatkan pengambilan keputusan nasabah asuransi syariah di masa pandemi Covid-19. Mulai dari keahlian tingkat literasi asuransi nasabah pada asuransi syariah, perbedaan asuransi syariah dan asuransi umum, serta mengetahui *product knowledge*

di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto. Sumber informasi terkait asuransi syariah, lokasi yang strategis untuk dijangkau, manfaat dan resiko jika melakukan transaksi asuransi syariah. Tokoh utama yang penulis jadikan sebagai subjek penelitian adalah Kepala Seksi Pemasaran sebagai penentu kebijakan perusahaan terkait kinerja agen, sistem pemasaran yang menentukan arah ke depan dan Nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto sebagai penentu keputusan terkait terima atau tolak dengan melihat kemampuan agen ketika menjelaskan seperti apa dan peran agen dalam menarik seorang nasabah.

Literasi asuransi syariah ialah keahlian setiap manusia untuk mempelajari dan mencoba secara utuh dan konkrit informasi asuransi syariah yang pada hakikatnya relevan dengan asuransi syariah yang beroperasi berlandaskan asas syariah dan berpartisipasi dalam asuransi syariah atas nama pengambilan suatu keputusan. Upaya mengetahui suatu konsekuensinya apabila terjadi pengetahuan dan pemahaman nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terlihat dari pertanyaan yang diajukan dalam wawancara kepada 10 nasabah asuransi syariah.

**Tabel 1.5**  
**Literasi Asuransi Syariah Masyarakat**

| <b>Pertanyaan</b>   | <b>Keterangan</b>     | <b>Jumlah</b> |
|---|-----------------------|---------------|
| Mengetahui Asuransi Syariah   | Tahu                  | 10            |
|   | Tidak tahu            | 0             |
| Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Umum                                  | Tahu                  | 8             |
|   | Tidak tahu            | 2             |
| Mengetahui terkait produk-produk yang ada di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto | Tahu                  | 9             |
|   | Tidak tahu            | 1             |
| Sumber informasi terkait asuransi syariah                                     | Agen asuransi         | 7             |
|   | Keluarga/teman        | 2             |
|   | Internet/media sosial | 1             |

|   |                 |    |
|---|-----------------|----|
| Apakah lokasi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto strategis untuk dijangkau              | Strategis       | 7  |
|   | Tidak strategis | 3  |
| Manfaat jika melakukan transaksi asuransi syariah di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto | Tahu            | 10 |
|   | Tidak tahu      | 0  |
| Resiko jika melakukan transaksi asuransi syariah di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto  | Tahu            | 6  |
|   | Tidak tahu      | 4  |

Sumber : Wawancara

Sebanyak 10 orang mengetahui terkait pengetahuan asuransi syariah baik secara luas maupun secara detail dan sebanyak 0 orang tidak mengetahui. Ini menandakan tingkat literasi asuransi syariah di masyarakat cukup terbilang tinggi, hal ini dipengaruhi juga oleh tingkat pendidikan seseorang yang menjadikannya lebih sadar akan asuransi syariah untuk perlindungan diri dari segala sesuatu resiko yang menimpa di kemudian hari. Cukup banyak orang yang mengetahui bahwa perbedaan antara asuransi syariah dan asuransi umum ada 8 orang, namun pemahaman mereka masih ala kadarnya saja. Sumber informasi pengetahuan tentang produk di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto yang mereka peroleh kebanyakan dari pihak agen yang menawarkan langsung kepada masyarakat. Peran agen ini sangat penting karena sebagai konsultan finansial dan perlindungan bagi nasabah, menginformasikan dengan lengkap dan akurat mengenai produk asuransi yang ditawarkan, dan menjadi mitra bagi nasabah saat membutuhkan bantuan terkait polis asuransi dan proses klaim nasabah. Dengan hal tersebut, pihak nasabah mengetahui secara detail manfaat dan risiko jika bertransaksi di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

*“Kalau asuransi syariah tau, kalau untuk secara detailnya ngga terlalu ya, tapi untuk lebih besarnya saya paham. Kalau untuk asuransi syariah itu memang untuk pelaksanaan dan aturannya itu*

*sesuai dengan aturan yang ada di agama islam. Untuk perbedaan asuransi syariah dengan asuransi umum tau, namun saya tau secara dasar kulitnya. Untuk informasi terkait produk-produk yang ada di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto saya tidak terlalu paham karena untuk pemakaian asuransi BUMIDA itu hanya untuk mahasiswa saja. Sumber informasi yang saudara peroleh terkait informasi asuransi syariah saya selama ini taunya dari internet, saya cari-cari sendiri. Manfaat berasuransi di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto tahu, namun kalau untuk manfaat detailnya kurang paham, karena kita belum pernah klaim. Resiko jika berasuransi di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dirasa belum, karena untuk resiko selama dijelaskan juga tidak ada menyinggung tentang resiko” (Christine, Staff Keuangan STMIK Yos Sudarso, 9 Agustus 2022).*

Berdasarkan wawancara tersebut, masyarakat yang diprospek asuransi oleh seorang agen mempunyai tingkat literasi asuransi yang baik terhadap produk-produknya namun hanya paham secara umum saja. Masyarakat mengetahui asuransi syariah dan mengetahui perbedaan asuransi syariah beserta asuransi konvensional, tetapi pemahamannya terbatas pada apa yang umumnya tidak diketahui secara rinci. Informasi produk asuransi syariah yang diterima masyarakat rata-rata berasal dari agen yang memberikan langsung kepada masyarakat. Informasi produk juga dapat diperoleh dari mulut ke mulut dari keluarga dan teman. Namun, masih sedikit orang yang menggunakan Internet dan media sosial dalam mencari informasi terkait asuransi syariah.

Pengetahuan tentang manfaat dan risiko asuransi dalam asuransi syariah juga masih tergolong rendah, sehingga banyak yang percaya bahwa dalam asuransi syariah perusahaan saling melindungi dan membantu. Pemegang polis tidak hanya dapat melindungi dirinya sendiri sebagai pemegang polis, tetapi juga membantu orang lain. Asuransi ini kemudian memberikan perlindungan terhadap risiko kerugian *financial* yang terkait dengan risiko tersebut. Sebelum nasabah menetapkan tatkala

membeli produk asuransi yang ditawarkan oleh agen, seorang nasabah perlu memahami manajemen risiko. Untuk mengetahui secara pasti risiko mana yang bisa ditagih dan yang bukan merupakan kewajiban asuransi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti memperlihatkan bahwa untuk tingkat literasi asuransi seorang nasabah sudah dikatakan baik, hal ini karena peran agen dalam mengedukasi masyarakat sangat baik melalui pembinaan bagi nasabah yang tergolong masyarakat menengah ke bawah untuk menumbuhkan kesadaran lebih terkait asuransi dengan cara pemberdayaan, dimana asuransi memberdayakan komunitas kecil, koperasi, asosiasi atau industri lain sebagai agen literasi. Apabila seorang nasabah memahami secara detail terkait asuransi, maka secara otomatis pasti akan tertarik untuk menjadi nasabah asuransi.

Upaya yang dilakukan PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto agar meningkatkan literasi asuransi masyarakat umum akibatnya dengan gampang membujuk setiap individu untuk berminat ke PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto. Salah satunya yaitu pihak agen rutin mendatangi dan mengedukasi asuransi syariah kepada setiap calon nasabah ataupun nasabah yang sudah tidak aktif lagi. Tidak hanya ke kantor, sekolah, kampus, pihak perorangan menjadi tujuan utama dalam memberikan pengetahuan dan informasi produk-produk dengan cara promosi *face to face*. Bagi nasabah yang aktif juga masih disambangi oleh seorang agen guna memperkuat hubungan konsumen agar asuransinya terus berkelanjutan. Di masa pandemi sekarang ini, pihak perusahaan melakukan inovasi dalam meningkatkan keputusan nasabah yaitu dengan memperkenalkan produk-produk yang tidak berhubungan langsung dengan pandemi yaitu *Surety Born* (penjaminan). Produk ini menjamin pemilik konstruksi (*debitur*) terhadap tidak terpenuhinya kewajiban konstruksi dan non konstruksi dari kontraktor konstruksi (*klien*) di dalam kontrak yang sudah tertulis di awal perjanjian.

*“Yaitu dengan prospek setiap hari. Inovasinya dengan memperkenalkan produk-produk yang tidak berhubungan langsung dengan pandemi yaitu Surety Born (penjaminan)” (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).*

### **C. Peran Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah Di Masa Pandemi Covid-19**

Menurut Undang-Undang Asuransi Nomor. 2 Tahun 1992, Agen Asuransi yaitu orang atau suatu badan hukum di mana usahanya menyampaikan jasa atas nama perusahaan dalam pemasaran jasa asuransi. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto melakukan kegiatan yang dilakukan oleh seorang agen dalam aktivitas pemasaran yang berupaya untuk kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memasarkan jasa asuransi. Pemasaran suatu jasa asuransi dalam membujuk individu atau kelompok nasabah untuk membeli jasa asuransi atau membujuk calon nasabah atau nasabah untuk membeli jasa asuransi dengan dasar yang menguntungkan atas produk yang ditawarkan. Berikut data yang penulis peroleh untuk nama agen, jabatan, dan target produksi PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto.

**Tabel 1.6**

#### **Daftar Nama Agen Dan Target Produksi Yang Harus Dicapai Seorang Agen Di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto**

| <b>No</b> | <b>Nama</b>              | <b>Jabatan Mitra Agen</b>         | <b>Target Produksi</b> |
|-----------|--------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| 1         | Putro Nur Prayitno       | Liaison Agent Perbankan           | 30.000.000             |
| 2         | Desy Ani Lestari         | Liaison Agent Liability<br>Dokter | 50.000.000             |
| 3         | Ardi Junaidi<br>Sitompul | Liaison Agent Broker              | 30.000.000             |
| 4         | Setiyo Arianto           | Liaison Agent Dealer              | 30.000.000             |

|              |                      |                |                      |
|--------------|----------------------|----------------|----------------------|
| 5            | Sigit Priyantono     | SPV. Non Group | 200.000.000          |
| 6            | Wahyu Hidayat        | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 7            | Sri Palupi Utami     | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 8            | Nur Pudiati          | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 9            | Susanawati           | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 10           | Bayu Pamungkas       | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 11           | Purwanti             | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 12           | Puji Wahyuni         | SPV. Non Group | 200.000.000          |
| 13           | Tulus Haryanto       | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 14           | Sartono              | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 15           | Rochyadi             | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 16           | Joni Pranowo         | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 17           | Rudi Juniarto        | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 18           | Aktriyani            | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 19           | Suhardjo             | SPV. Non Group | 200.000.000          |
| 20           | Eli Tristiyanti      | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 21           | Aris Subagyo         | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 22           | Iskandar             | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 23           | Irwan Setiawan       | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 24           | Sri Chotimatun       | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 25           | Reni Erawati         | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 26           | Samsu Tri Atmaja     | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 27           | Lestari Bagyaningsih | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 28           | Sunarso              | Agen Non Group | 40.000.000           |
| 29           | Arie Sucipto         | SPV Sinergi    | 50.000.000           |
| 30           | Lasdi HP             | SPV Sinergi    | 50.000.000           |
| <b>TOTAL</b> |                      |                | <b>1.680.000.000</b> |

Sumber : PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto

Dari data jumlah agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto sebanyak 30 orang, penulis melaksanakan *prospecting*, mencari kebenaran

(*fact-finding*), pengidentifikasian suatu masalah, dan melakukan prospek asuransi bersama Bapak Suhardjo selaku Supervisor dengan target yang harus dicapai per bulan sebesar Rp. 200.000.000. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto merupakan asuransi yang memakai sistem keagenan dimana pihak agen menawarkan produk asuransi secara langsung kepada calon nasabah. Bukan tugas agen untuk menjual atau mendorong orang, melainkan tugas calon nasabah dalam keputusan untuk membeli atau tidak. Kewajiban agen ialah menolong calon nasabah dan mengenali bahwa masalah potensial sedang berlangsung. Untuk mengembangkan agen yang profesional, PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto mengadakan pelatihan program *knowledge*, seorang agen profesional akan naik jabatan dari agen menjadi karyawan jikalau memang benar-benar berprestasi. Menjadi agen ada beberapa jalur dari perekrutan yang memang dari lulusan yang benar-benar ada lowongan, ada juga dari agen yang berprestasi adalah pencapaian target terpenuhi, punya *track record* bagus, tidak pernah mengambil premi sedikitpun. Contohnya: seorang agen karena semua target terpenuhi, dari 50 juta dia merealisasikan menjadi 300 juta, pembayaran selalu langsung dari rumah sakit langsung ke kantor (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).

Menurut PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, keberhasilan suatu perusahaan dalam pemasarannya tergantung pada tingkatan atau kinerja para agennya. Mayoritas karyawan akan berkontribusi terhadap keberhasilannya, tetapi mereka selalu menjadi agen yang dekat dengan calon pembeli asuransi, sering bertindak sebagai agen atau perantara bagi pemilik bisnis. Secara teoritis, agen memiliki peluang besar untuk menegakkan kebijakan perusahaan dengan berbicara dan mengunjungi nasabah dan melayani mereka, memastikan mereka puas dan diyakinkan dengan layanan yang ramah. Sudah menjadi gagasan umumnya adalah bahwa peran agen membutuhkan kemampuan untuk secara aktif memantau kinerja bisnis milik *klien*.

Keberhasilan penjualan perusahaan asuransi sangatlah tergantung kepada kinerja perantara agen, karena perantara umumnya nasabah dapat menerima produk asuransi dari tawaran seorang agen. Seorang agen perlu menciptakan kebutuhan pelanggan dan insentif untuk membeli produk asuransi. Secara garis besar agen itu sama dengan *salesman*, keduanya memiliki tugas yang sama yaitu menyampaikan produk kepada pelanggan dan memberikan layanan perlindungan terhadap kebutuhan individu atau kelompok. Agen sama dengan sales yaitu sama-sama marketing dimana fungsi utamanya adalah menawarkan, yang berbeda itu produk yang ditawarkan. Jika agen, produk yang ditawarkan karakteristiknya dari asuransi (Rezqy Velyan, *Kepala Seksi Pemasaran*, 29 April 2022). Sebelum melakukan transaksi, seorang agen menjelaskan jenis akad yang digunakan kepada seluruh nasabah dimana nasabah memberi hibah, sementara perusahaan asuransi bertugas mengelola dana hibah. Para nasabah memberikan hibah yang digunakan untuk membantu pelanggan lain yang terkena dampak bencana.

Kerangka penjualan yang terorganisir harus diterapkan secara konsisten untuk meningkatkan kinerja penjualan yang berkelanjutan. Ini berarti memulai kegiatan prospek, mengumpulkan fakta dan informasi konstruktif yang mengatasi keberatan dari prospek dan berfungsi sebagai bahan presentasi yang efektif serta solusi dari permasalahan yang timbul, presentasi, dan kesepakatan mereka. Diharapkan dapat menarik nasabah yang loyal. Agen adalah seorang yang profesional atau berkualitas apabila dapat membangun dan mempertahankan pelanggan setia. Agen dapat menunjukkan kinerjanya sebagai agen sukses yang secara konsisten mempengaruhi keputusan seorang nasabah asuransi syariah.

Agen asuransi datang guna meneruskan pertolongan terhadap calon nasabah melalui cara memperkenalkan banyak produk asuransi syariah. Tujuannya yaitu supaya lebih banyak orang yang terhindar dari kesusahan finansial yang semakin besar. Hal ini disampaikan oleh seorang agen, diantaranya yang pertama yaitu menjelaskan produknya, tetapi yang

paling utama agen/marketing tidak serta merta langsung menembak produk. Biasanya jika langsung menembak produk akhirnya akan ditolak oleh nasabah. pertama kali itu, pengenalan tidak langsung menembak produk tetapi seorang agen harus menjadi konsultan, teman, mengobrol terlebih dahulu, sering cerita lalu pihak agen mendengarkan, masalah yang dihadapi apa, ditanya kebutuhannya apa, pihak nasabah ingin produk seperti apa, konsultasi terlebih dahulu. Misalkan nasabah butuhnya asuransi kecelakaan diri tetapi pihak agen menawarkan asuransi mobil pastinya menyalahi aturan, jadi pihak agen harus menggali terlebih dahulu informasi nasabahnya, nasabah sedang membutuhkan apa. Produk di PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto itu menyesuaikan dengan kebutuhan calon nasabah dan nasabahnya bisa berasal dari karyawan, nasabah asli, tetangga, dan lingkungan kita juga bisa menjadi nasabah (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).

Jika seorang agen menjual produk asuransi syariah, hal ini dapat mempengaruhi tingkat penjualan produk, bagaimana pemegang polis bertahan untuk melanjutkan polisnya, dan menarik minat calon pemegang polis yang tersisa. Peningkatan penjualan dianggap sebagai salah satu tujuan operasional perusahaan dan ditetapkan sebagai faktor yang membantu dalam pelaksanaan penjualan. Di balik ini ada *personal selling* oleh agen yang efektif untuk nasabah.

Perusahaan tidak dapat dipisahkan dari kegiatan *Personal Selling*. Hal ini dikarenakan ketika suatu perusahaan menjual suatu produk, terlebih dahulu harus memperkenalkan produk tersebut kepada nasabah dan sekaligus mempengaruhi nasabah tersebut. *Personal Selling* juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan dalam jangka panjang dengan pemenuhan suatu kebutuhan. Dalam PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto melakukan *Personal Selling* ketika melakukan pembinaan pada nasabah yang tergolong masyarakat menengah ke bawah untuk menumbuhkan ekonomi melalui produk yang telah disediakan oleh perusahaan.

*“tidak hanya itu, bahkan untuk bisnis-bisnis yang kategorinya besarpun perlu mensosialisasikan kepada masyarakat ke bawah. Contohnya Produk Bank Surya Yudha, produk dari PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto kita refresh setiap tahun mulai dari cara penutupan asuransi dan data yang dibutuhkan”* (Rezqy Velyan, Kepala Seksi Pemasaran, 29 April 2022).

Dalam PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto melakukan *Personal Selling* yang dilakukan melalui presentasi verbal yang berbicara dengan satu atau lebih pembeli potensial untuk meningkatkan penjualan. Seorang agen dituntut mampu mempersiapkan, mempertimbangkan, dan melayani nasabah dengan baik. Suatu agen melakukan promosi melalui percakapan verbal dengan pembeli. Kegiatan ini sangat erat kaitannya dengan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan volume penjualan yang tinggi.

*“Kita disediakan untuk membawa proposal tertulis kepada nasabah untuk menyampaikan dan apabila ada hal-hal yang tidak tertulis dalam proposal, maka tugas agen menjelaskan secara detail. Setelah proposal diterima oleh pihak sekolah maka menunggu ada yang beberapa hari, beberapa bulan, dan ada yang bahkan tahunan. Setelah diterima, maka pihak agen menyodorkan surat permintaan ikut asuransi. Setelah itu ada, data-datanya kita ambil dan diserahkan ke kantor”* (Suhardjo, Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, 7 Agustus 2022).

Kinerja agen memiliki dampak langsung pada hasil penjualan asuransi. Penjual memainkan peran kunci dalam menghubungkan antara pihak perusahaan dan nasabahnya. Ini tidak hanya melakukan tugas penjualan produk sehari-hari, juga melacak perubahan kondisi pasar. Ini membantu perusahaan menetapkan kebijakan. Untuk meningkatkan kinerja agen, perusahaan harus mampu mengendalikan banyak faktor yang membantu kerja agen. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi penjual dan membantu mereka mencapai tujuan perusahaan. Berikut hasil

yang diperoleh dari kegiatan “Prospek Asuransi” selama satu bulan pencapaian target yang dilakukan oleh Bapak Suhardjo bersama penulis:

**Tabel 1.7**

**Hasil Kegiatan Prospek Asuransi**

| <b>No</b> | <b>Nama Agen</b>      | <b>Perolehan Produksi</b> |
|-----------|-----------------------|---------------------------|
| 1         | Putro Nur Prayitno    | 30.764.575                |
| 2         | Desy Ani Lestari      | 57.098.564                |
| 3         | Ardi Junaidi Sitompul | 31.098.712                |
| 4         | Setiyo Arianto        | 30.098.678                |
| 5         | Sigit Priyantono      | 201.089.998               |
| 6         | Wahyu Hidayat         | 41.008.897                |
| 7         | Sri Palupi Utami      | 41.089.765                |
| 8         | Nur Pudiati           | 43.089.678                |
| 9         | Susanawati            | 42.897.056                |
| 10        | Bayu Pamungkas        | 45.098.453                |
| 11        | Purwanti              | 47.089.967                |
| 12        | Puji Wahyuni          | 208.908.000               |
| 13        | Tulus Haryanto        | 43.564.786                |
| 14        | Sartono               | 45.978.567                |
| 15        | Rochyadi              | 42.111.089                |
| 16        | Joni Pranowo          | 49.908.789                |
| 17        | Rudi Juniarto         | 54.897.676                |
| 18        | Aktriyani             | 45.898.890                |
| 19        | Suhardjo              | 161.967.650               |
| 20        | Eli Tristiyanti       | 43.908.776                |
| 21        | Aris Subagyo          | 42.098.234                |
| 22        | Iskandar              | 40.008.989                |
| 23        | Irwan Setiawan        | 50.008.234                |
| 24        | Sri Chotimatun        | 46.453.123                |
| 25        | Reni Erawati          | 46.897.756                |

|    |                      |            |
|----|----------------------|------------|
| 26 | Samsu Tri Atmaja     | 44.908.999 |
| 27 | Lestari Bagyaningsih | 42.678.453 |
| 28 | Sunarso              | 41.908.234 |
| 29 | Arie Sucipto         | 51.908.899 |
| 30 | Lasdi HP             | 50.000.987 |

Sumber : PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto

Dampak adanya Pandemi Covid-19 menyebabkan perubahan drastis pada hasil perolehan jumlah omzet yang didapatkan oleh seorang agen. Dari yang sebelum pandemi dapat memperoleh omzet yang tinggi, namun sekarang hanya melebihi dari target yang dipatok oleh perusahaan. Dengan hal tersebut, pihak agen dapat dikatakan baik dalam hal meningkatkan keputusan keputusan nasabah. Dalam masa pandemi sekarang ini, banyak perusahaan yang gulung tikar akibat tidak mampu bertahan. Namun tidak sama halnya dengan PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, pihak agen mampu mempertahankan hasil omzet yang ditargetkan perusahaan dan mampu bertahan di masa pandemic covid-19. Kenyataan ini disebabkan oleh perubahan budaya yang disebabkan kondisi pandemi dan kebijakan pemerintah yang memberi kebijakan pembatasan sosial memaksa *general manager* perusahaan untuk berfikir dalam mengembangkan perusahaan.

*“Sesuai dengan perjanjian kerja kalau saya menjabat sebagai supervisor dan setiap bulan itu targetnya sebesar 200.000.000. Untuk di masa pandemi covid-19 kaya sekarang ini, untuk mencapai target segitu itu susah, namun pihak agen akan terus berusaha agar target dapat tercapai dengan strategi promosi melalui media online”* (Suhardjo, Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, 7 Agustus 2022).

Dengan adanya Pandemi Covid-19 membuat agen perlu memikirkan bagaimana menjadikan asuransi sebagai pilihan masyarakat dan tidak mengecewakan nasabah. Di atas segalanya, dengan memahami dan berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga agen dapat

memberikan layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam dunia asuransi, pelayanan menjadi penting karena produk utama agen adalah pelayanan yang melayani transaksi keuangan nasabahnya. Tanpa kualitas layanan, agen akan mengecewakan pelanggan mereka. Mengembangkan strategi layanan keagenan adalah salah satu hal nyata yang perlu dilakukan untuk mewujudkan keunggulan keagenan dalam akuisisi pelanggan. Di sisi lain, persepsi konsumen tentang nilai dan kualitas produk (barang dan jasa) sangat dipengaruhi oleh layanan pelanggan sebagai atribut dari produk itu sendiri. Oleh karena itu, peran agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto terlihat jelas dari pertanyaan yang diajukan saat wawancara dengan 10 nasabah asuransi syariah.

**Tabel 1.8**  
**Peran Agen Asuransi**

| <b>Pertanyaan</b>   | <b>Keterangan</b> | <b>Jumlah</b> |
|---|-------------------|---------------|
| Apakah Agen asuransi dapat memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami terkait produk, mulai dari keunggulan produk, manfaat, dan nilai produk itu sendiri | Iya               | 10            |
|   | Tidak             | 0             |
| Apakah agen asuransi dapat menjelaskan jenis akad dan sudah menerapkan prinsip kerelaan ridho setiap kali terjadi transaksi   | Iya               | 7             |
|   | Tidak             | 3             |
| Apakah agen asuransi sudah menetapkan produk asuransi mana yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sebelum melakukan kunjungannya                                | Sudah             | 9             |
|   | Belum             | 1             |
| Apakah agen asuransi sudah memberikan hak sepenuhnya kepada nasabah terkait memilih produk asuransi yang bebas  | Sudah             | 9             |
|   | Belum             | 1             |

|   |       |    |
|---|-------|----|
| tanpa ada paksaan   |       |    |
| Apakah agen asuransi mampu mempersiapkan, mempertimbangkan, dan melayani nasabah dengan baik  | Iya   | 9  |
|   | Tidak | 1  |
| Apakah agen asuransi selalu menghubungi calon nasabah terlebih dahulu sebelum melakukan kunjungan   | Iya   | 9  |
|   | Tidak | 1  |
| Apakah agen asuransi selalu datang tepat waktu dalam kunjungan menemui calon nasabah  | Iya   | 10 |
|   | Tidak | 0  |
| Apakah agen asuransi selalu berpakaian rapi dan sopan dalam setiap kunjungannya   | Iya   | 10 |
|   | Tidak | 0  |
| Apakah agen asuransi dapat menanggapi, memberikan bantuan solusi, dan selalu menjaga hubungan baik setiap nasabahnya                                  | Iya   | 9  |
|   | Tidak | 1  |
| Apakah agen asuransi sudah sepenuhnya melakukan promosi dengan baik terkait penawaran suatu produk asuransi syariah                                   | Iya   | 8  |
|   | Tidak | 2  |
| Apakah agen asuransi sudah memberikan informasi, edukasi, dan promosi asuransi kepada masyarakat untuk mengetahui produk dan kesyariahan asuransi     | Iya   | 6  |
|   | Tidak | 4  |
| Apakah agen asuransi sudah berusaha menciptakan kesan yang baik tentang asuransi syariah dan produknya, serta mendapat tanggapan positif oleh nasabah | Iya   | 8  |
|   | Tidak | 2  |

Sumber : Wawancara

Sebanyak 10 nasabah menyatakan bahwa seorang agen telah memberi informasi produk yang lengkap dan mudah dipahami, mulai dari kelebihan

produk, kegunaan, dan nilai produk itu sendiri. Peran agen mempunyai kontribusi yang besar bagi implementasi pemetaan produk asuransi syariah. Oleh karena itu, dengan adanya komunikasi verbal peran agen kepada nasabah dapat mengembangkan kesadaran terhadap asuransi syariah. Sehingga nasabah dapat mengetahui produk dan layanan yang ditawarkan dan pihak agen dapat merevitalisasi bisnis asuransi perusahaan.

*“Cukup jelas informasi yang disampaikan, kami juga memutuskan untuk menggunakan itu karena dirasa jelas informasinya”* (Salsabila Ulya Nabilah Fuad, Ketua Wapala IT Telkom Purwokerto, 25 Mei 2022).

Sebanyak 7 nasabah menyatakan bahwa seorang agen dapat menjelaskan jenis akad dan sudah menerapkan prinsip kerelaan ridho setiap kali terjadi transaksi, tetapi 3 nasabah merasa belum mendapat penjelasan secara detail mengenai jenis akad yang dijelaskan oleh seorang agen. Hal demikian membuat kurangnya jiwa profesional dari suatu agen, seharusnya agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto harus menjelaskan lebih detail terkait jenis akad yang digunakan dan selalu menerapkan prinsip kerelaan ridho setiap kali transaksi terjadi.

*“Kalau menurut saya, belum menjelaskan akadnya dan untuk keridhoan sendiri sebenarnya tergantung dari asuransinya. Untuk akadnya belum begitu jelas, misal kita memilih asuransi ini dan bisa diklaim ketika apa”* (Maznan Arifudin, Ketua Umum KMPA Faktapala UIN SAIZU Purwokerto, 24 Mei 2022).

Sebanyak 9 nasabah menyatakan bahwa seorang agen sudah menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sebelum melakukan kunjungan, seorang agen sudah memberikan hak sepenuhnya kepada nasabah terkait memilih produk asuransi yang bebas tanpa ada paksaan, seorang agen mampu mempersiapkan, mempertimbangkan, dan melayani nasabah dengan baik, dan seorang agen selalu menghubungi nasabah terlebih dahulu sebelum berkunjung.

*“Untuk menetapkan produk asuransi mana yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sebelum melakukan kunjungan dirasa sudah sesuai dengan anak ini. Dulu kita hanya ikut asuransi kecelakaan, terus diterangkan sama BUMIDA bu ditambah aja nanti kalau anak opname ada tambahan manfaat. Untuk terkait memberikan hak sepenuhnya kepada nasabah dalam memilih produk yang bebas tanpa ada paksaan itu Iya, bebas terserah kita mau ngambil yang mana, cuman memang ini ada produk begini-begini monggo kersa sesuai dengan anggaran anak-anak juga. Untuk seorang agen mampu mempersiapkan, mempertimbangkan, dan melayani nasabah dengan baik dapat dikatakan baik alhamdulillah selama ini baik. Untuk seorang agen selalu menghubungi calon nasabah terlebih dahulu sebelum melakukannya dapat dikatakan iya selalu kita janjian” (Noorul Fatimah, S.Pd, M.M., Bendahara HUMAS SMKN 1 Kalibagor, 6 Juni 2022).*

Sebanyak 10 nasabah menyatakan bahwa seorang agen pasti datang sesuai jam waktu kunjungan bertemu dengan calon nasabah dan selalu berpenampilan rapi dan sopan dalam setiap kunjungannya. Sebanyak 9 nasabah menyatakan bahwa agen dapat menanggapi, memberikan bantuan solusi, dan selalu menjaga hubungan baik setiap nasabahnya. Kemudian sebanyak 8 nasabah menyatakan bahwa agen sudah sepenuhnya melakukan promosi dengan baik terkait penawaran suatu produk asuransi syariah.

*“Agen selalu datang tepat waktu dalam kunjungan menemui calon nasabah iya selalu, selama ini Pak Suhardjo bagus sekali, Ibu nanti aku mau ke sekolah. Agen selalu berpakaian rapi dan sopan dalam setiap kunjungannya rapi sekali pakai jas. Terus terang dari BUMIDA belum ada pemberitahuan jika ada agen sudah meninggal. Saya menjabat sampai tahun 2020, saya memang sudah terlalu lama terus saya minta ke Kepala Sekolah untuk diganti. Jadi untuk yang sekarang kelas 10 naik ke kelas 11 itu bukan saya, saya belum tau*

*petugasnya namun ndilalah ada aturan dari Pemerintah saat itu tidak boleh menarik ke siswa sepeserpun termasuk seragam jadi memang anak-anak disini yang kelas 10 belum asuransi karena adanya pandemi covid-19. Karena kita bingung karena aturan itu karena sebelumnya sangat membutuhkan kan hanya uang 20.000 satu tahun anak-anak untuk asuransi, setidaknya perlindungan bantuan untuk anak-anak, tapi terganjal dengan peraturan itu. Kalau kita tetap narik, namun ada orang tua yang protes terus ke Dinas lapor uang memang segitu. Agen dapat menanggapi, memberikan bantuan solusi, dan selalu menjaga hubungan baik kepada setiap nasabahnya iya alhamdulillah bisa” (Noorul Fatimah, S.Pd, M.M., Bendahara HUMAS SMKN 1 Kalibagor, 6 Juni 2022).*

Sebanyak 6 nasabah menyatakan bahwa seorang agen telah memberi informasi asuransi, edukasi, dan promosi asuransi terhadap masyarakat untuk memberi tahu tentang produk dan kesyariahnya, namun ada 4 nasabah yang tidak menyatakan hal demikian. Keberhasilan produk asuransi melampaui konsumen dalam jumlah besar tidak lepas dari keberhasilan agen dalam memasarkan produk, diawali dengan memberikan informasi yang jelas, edukasi, dan promosi. Namun pada kenyataannya pada PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto harus lebih ditingkatkan lagi peran agen dalam mengedukasi masyarakat mengenai kesyariahan asuransi. Ini memerlukan strategi untuk membidik calon nasabah dan membujuk mereka untuk bergabung sebagai nasabah asuransi. Jika kinerja agen asuransi yang baik tentu dapat menguntungkan perusahaan dan masyarakat dapat memperoleh manfaat yang lebih luas dari pengetahuan mereka tentang asuransi syariah.

*“Kalau terkait kesyariahan lebih detail mungkin tidak terlalu ditekankan jadi tidak dijelaskan secara mendetail persepsi syariahnya pada saat terjadi klaim itu seperti apa” (Hendro Sukoco, Staff Kepegawaian Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto, 4 Juli 2022).*

Kemudian sebanyak 8 nasabah menyatakan bahwa seorang agen sudah memberikan kesan yang baik tentang asuransi syariah dan produk-produknya dan selalu mendapatkan respon yang positif oleh nasabah. Tanggapan nasabah ini tergantung pada kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh seorang agen yang dimulai dari kebutuhan nasabah dan diakhiri dengan kepuasan nasabah. Artinya, bahwa reputasi kualitas jasa pelayanan yang baik bukan berdasarkan persepsi perusahaan, tetapi berdasarkan persepsi nasabah. Kualitas jasa pelayanan merupakan sikap yang dibina dari penilaian secara keseluruhan terhadap prestasi perusahaan jangka panjang, serta nasabah lebih cenderung menggunakan perusahaan jasa pelayanan yang memiliki kualitas jasa pelayanan agen yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka.

*“Terkait seorang agen sudah berusaha menciptakan kesan yang baik tentang asuransi syariah dan produknya, serta mendapat tanggapan positif oleh nasabah itu iya sudah, dari pelayanannya lumayan cepat tanggap”* (Tri Renaningsih, *Human Research dan Keuangan LP3I Purwokerto*, 12 Agustus 2022).

#### **D. Keputusan Terhadap Asuransi Syariah**

Masyarakat yang menjadi narasumber dibagi menjadi dua kelompok dimana keputusan akhirnya itu menerima pada asuransi syariah dan menolak. Dengan mewawancarai masyarakat yang diprospek oleh seorang agen sebanyak 10 orang. Untuk masyarakat yang keputusannya menerima karena akad-akadnya sesuai dengan syariah, pelayanan mudah dan cepat, serta preminya terjangkau. Sedangkan untuk yang menolak ini dikarenakan kesyariahnya kurang, pelayanan lambat, dan premi mahal.

**Tabel 1.9**

#### **Keputusan Pada Asuransi Syariah**

| <b>Pertanyaan</b> | <b>Keterangan</b> | <b>Jumlah</b> |
|-------------------|-------------------|---------------|
| Keputusan Nasabah | Terima            | 10            |

|   |                           |   |
|---|---------------------------|---|
|   | Tolak                     | 0 |
| Alasan Menerima Dalam Keputusan Nasabah | Sesuai syariah            | 4 |
|   | Pelayanan mudah dan cepat | 3 |
|   | Premi terjangkau          | 3 |
| Alasan Menolak Dalam Keputusan Nasabah  | Kesyariaannya kurang      | 0 |
|   | Pelayanan lambat          | 0 |
|   | Premi mahal               | 0 |

Sumber : Wawancara

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, terdapat 10 individu yang keputusannya menerima dalam penggunaan asuransi syariah karena sebagian besar alasan diasuransikan menurut syariah. Asuransi syariah berdasarkan prinsip syariah, penyaluran dana usaha halal, dan menggunakan prinsip *ta'awanu'ala birri wa al-taqwa* (menolong diri dengan kebaikan dan ketakwaan) dan *al-ta'min* (keselamatan). Dengan prinsip ini para pemegang polis atau peserta menjadi satu keluarga besar, saling mengasuransikan, dan menanggung resiko bahwa iurannya dikelola oleh perusahaan asuransi yang bertindak sebagai wali amanat. Hal ini karena transaksi yang terjadi dalam asuransi *takaful* adalah akad *takaful* (saling menanggung) bukan akad *tabaduli* (saling tukar) yang digunakan dalam asuransi konvensional, yaitu pembiayaan premi dan pertukaran jumlah asuransi dengan uang pertanggungan.

Alasan dari keputusan nasabah menerima atas asuransi yang ditawarkan oleh seorang agen karena sesuai dengan syariah, nasabah dapat mengetahui apakah itu sesuai dengan syariah atau tidak berdasarkan akad-akad pengetahuan tentang polis asuransi syariah yang tinggi. Khusus bagi umat Islam, sangat penting untuk memprioritaskan polis asuransi dengan akad yang sesuai syariah. Alasan kedua adalah layanannya sangat mudah dan cekatan. Kemudian alasan ketiga ialah karena premi yang ditawarkan oleh PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto sangat terjangkau. Pelayanan yang baik dan cepat serta premi yang terjangkau dapat menjadikan masyarakat minat menjadi seorang nasabah. Dengan pemahaman dan

pengetahuan yang baik dari masyarakat, keputusan untuk menjadi nasabah tinggi dan memerlukan akses ke asuransi syariah akan tumbuh dengan sendirinya.

*“Kita menerima karena memang kesepakatan dan penawaran itu sesuai dengan apa yang memang kita inginkan. Sebenarnya itu ada beberapa yaa, memang pelayanannya cepat dan tepat dan kalau ataurannya memang sesuai dengan syariah dimana semua peserta asuransi saling menjamin dan menanggung resiko”* (Christine, Staff Keuangan STMIK Yos Sudarso, 9 Agustus 2022).

*“Kalau saya itu preminya lumayan terjangkau, pada saat terjadi sesuatu klaimnya tidak susah, kalau BUMIDA cukup koperatif tidak yang disusah-susahkan, penjelasan agennya pada saat menawarkan jelas si mba”* (Tri Renaningsih, Human Research dan Keuangan LP3I Purwokerto, 12 Agustus 2022).

Sedangkan yang menolak dalam keputusan nasabah ini tidak ada yang menolak atas tawaran yang agen lakukan, karena nasabah melihat dari sisi agen dalam menjelaskan itu sudah baik dan benar, sudah selayaknya memberikan informasi secara lengkap dan dapat dipahami terkait mulai dari keunggulan produk, manfaat, dan nilai produk itu sendiri, yang ke dua yaitu pihak agen menjelaskan jenis akad dan sudah menerapkan prinsip kerelaan ridho setiap kali terjadi transaksi, yang ke tiga pihak agen telah menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah sebelum melakukan kunjungan, memberikan hak sepenuhnya kepada nasabah terkait memilih produk asuransi yang bebas tanpa ada paksaan, yang ke empat yaitu pihak agen mampu mempersiapkan, mempertimbangkan, dan melayani nasabah dengan baik, selalu menghubungi calon konsumen terlebih dahulu sebelum mengunjunginya, selalu datang sesuai jadwal untuk bertemu calon konsumen, selalu *fashionable* sopan dalam setiap kunjungannya, yang ke lima yaitu pihak agen dapat menanggapi, memberikan bantuan solusi, dan selalu menjaga hubungan baik kepada setiap nasabahnya, sudah sepenuhnya melakukan

promosi dengan baik terkait penawaran suatu produk asuransi, yang ke enam yaitu pihak agen telah memberikan informasi, edukasi, dan promosi asuransi kepada masyarakat pada umumnya dan mengedukasi tentang produk asuransi dan kesyariahnya.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti memperlihatkan bahwa untuk peran agen dalam meningkatkan pengambilan keputusan bagi nasabah asuransi syariah di masa pandemi covid-19 ini sudah dikatakan baik. Peran agen yang baik ini, ditandai dengan terealisasinya perolehan jumlah omzet yang agen dapatkan dimasa pandemi covid-19 melebihi target perusahaan. Namun peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah ini dengan memberikan proses transaksi asuransi syariah dengan cepat dan tanggap, serta kemudahan dalam memenuhi persyaratan menjadi seorang nasabah. Ada peran agen yang luar biasa di masa pandemi agar membuat seorang nasabah memutuskan menjadi nasabah asuransi. Peran agen membuat sebuah cara untuk bisa mempertahankan usahanya melalui peran agen. Agen bisa membuat seseorang atau masyarakat tertarik menjadi seorang nasabah dengan dibekali misi Asuransi BUMIDA KC Purwokerto adalah menjadi perusahaan asuransi yang memberikan nilai bagi para pemangku kepentingan perusahaan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait literasi asuransi dan peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah menggunakan produk asuransi syariah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto, peneliti dapat menyimpulkan bahwa :

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti memperlihatkan bahwa untuk tingkat literasi asuransi seorang nasabah PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto di masa pandemi covid-19 sudah dikatakan baik, hal ini karena peran agen dalam mengedukasi masyarakat sangat baik melalui pembinaan bagi nasabah yang tergolong masyarakat menengah ke bawah untuk menumbuhkan kesadaran lebih terkait asuransi dengan cara pemberdayaan, dimana asuransi memberdayakan komunitas kecil, koperasi, asosiasi atau industri lain sebagai agen literasi. Apabila seorang nasabah memahami secara detail terkait asuransi, maka secara otomatis pasti akan tertarik untuk menjadi nasabah asuransi.

Untuk peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah asuransi syariah di masa pandemi covid-19 ini sudah dikatakan cukup baik. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti memperlihatkan bahwa untuk peran agen dalam meningkatkan pengambilan keputusan bagi nasabah asuransi syariah di masa pandemi covid-19 ini sudah dikatakan baik. Peran agen yang baik ini, ditandai dengan terealisasinya perolehan jumlah omzet yang agen dapatkan dimasa pandemi covid-19 melebihi target perusahaan. Namun masih banyak yang harus dibenahi terkait kinerja agen dalam menawarkan produk asuransi kepada masyarakat. Pihak agen harus menjelaskan lebih detail jenis akad dalam penerapan prinsip kerelaan ridho setiap kali terjadi transaksi. Kemudian memberikan informasi, edukasi, dan promosi asuransi kepada masyarakat untuk mengetahui produk dan kesyariahan asuransi. Keberhasilan produk asuransi menjangkau banyak

konsumen tidak lepas dari keberhasilan seorang agen untuk memasarkan produk, mulai dari memberikan informasi yang jelas, mengedukasi masyarakat, dan promosi.

Keputusan akhir masyarakat menerima atas penawaran yang agen lakukan pada asuransi syariah lebih banyak dibanding dengan nasabah yang tidak berminat. Alasan masyarakat minat pada asuransi syariah salah satunya yang utama ialah karena sesuai syariah, dengan pengetahuan tentang akad-akad dalam asuransi syariah tinggi maka seseorang akan dapat membedakan mana yang sesuai syariat atau tidak. Alasan kedua ialah karena pelayanannya mudah dan cepat. Kemudian alasan ketiga ialah karena premi yang ditawarkan oleh PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto sangat terjangkau. Pelayanan yang baik dan cepat serta premi yang terjangkau dapat menjadikan masyarakat minat menjadi nasabah. Dengan pemahaman dan pengetahuan masyarakat yang baik akan menumbuhkan keputusan menjadi nasabah yang tinggi dan dibarengi dengan akses pada asuransi syariah. Sedangkan yang menolak dalam keputusan nasabah ini tidak ada yang menolak atas tawaran yang agen lakukan, karena nasabah melihat dari sisi agen dalam menjelaskan itu sudah baik dan benar, dapat memberikan informasi yang lengkap dan mudah dipahami terkait mulai dari keunggulan produk, manfaat, dan nilai produk itu sendiri.

## **B. Saran**

1. Sebagai pelopor asuransi berbasis syariah di Indonesia, hendaknya PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto perlu mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam segala hal, khususnya dalam meningkatkan nasabah.
2. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto sebaiknya sering melakukan koordinasi kepada seorang agen supaya lebih produktif dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah. Untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan dan konsumen yang terus berubah diperlukan adanya kecepatan, kemudahan, pelayanan nasabah, dan kualitas.

3. PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto dapat dikatakan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. Hal tersebut harus diperhatikan supaya nasabah tetap merasa nyaman. Kemudian perusahaan harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan yang telah dimilikinya.
4. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mengadakan penelitian lebih mendalam karena penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna hasilnya. Oleh karena itu, peneliti menyarankan dalam penelitian ini dapat menjelaskan lebih luas tentang layanan agen asuransi dalam meningkatkan keputusan nasabah itu sendiri. Selanjutnya peneliti seharusnya dapat menjadikan referensi dan rujukan serta dapat menambahkan permasalahan dalam penelitian. Misalkan ditambah dengan meneliti religiusitas nasabah ataupun pemanfaatan teknologi yang dapat meningkatkan literasi asuransi.

### **C. Penutup**

Dengan memanjatkan rasa syukur yang tiada batasan kepada Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penulisan ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini masih terdapat banyak kesalahan yang belum sempat diperbaiki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang ada dalam penulisan ini dan senantiasa mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun, agar dapat meningkatkan kualitas keilmuan, wawasan, dan pengetahuan penulis.

Semoga skripsi yang penulis buat ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca, dan semoga Allah SWT selalu memberikan ilmu yang bermanfaat dan barokah bagi penulis. Aamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

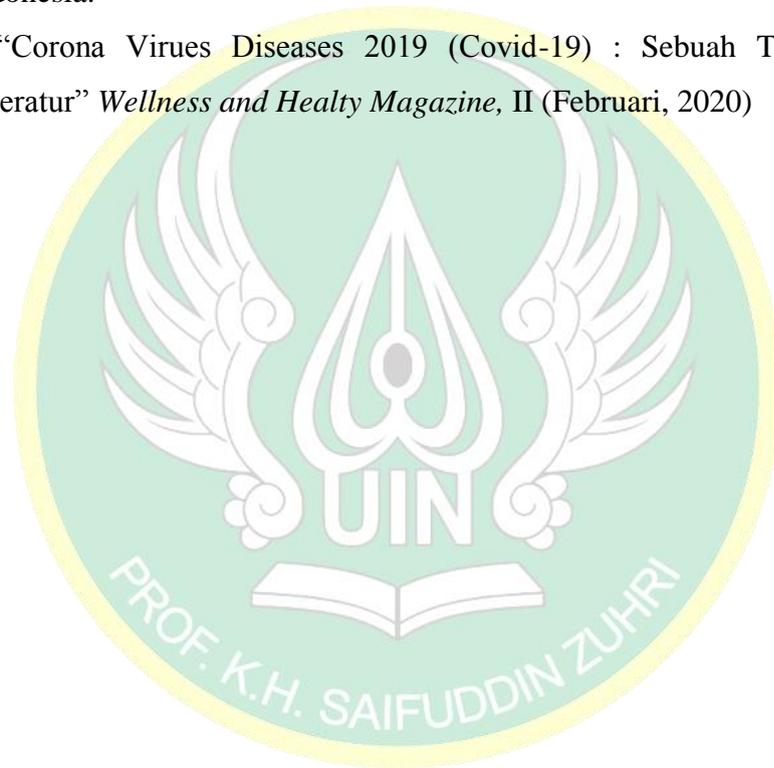
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 2.
- Agama RI, Departemen. 1997. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Dinamika Cahaya Pustaka.
- Ali, AM. Hasan. 2004. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*. Jakarta: Kencana.
- Ali, Hasan. 2004. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam (Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis, & Praktis)*. Jakarta: Prenada Media.
- Alwi Nur Islamiyah. 2020. *Peningkatan Keterampilan Menulis Poster Dengan Teknik Permodelan Melalui Media Foto Dari Internet Pada Siswa Kelas VIII SMPN Sunggu Minasa*. Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Amrin, Abdullah. 2007. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian Edisi Baru*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ar Rifa'I, Muh. Nasib. 2005. *Taisiru Al Alliyul Qadir Li Ikhtishari Tafsir Ibnu Katsir, Riyadh: Maktabah Ma;arrif*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Asminar. 2017. *Pengaruh Pemahaman, Transparansi, dan Peran Pemerintah Terhadap Motivasi dan Keputusan Membayar Zakat Pada Baznas Kota Binjai, At-Tawassuth*. Vol. III, No. 3.
- Bakir, Suyoto. R dan Suryanto, Sigit. 2009. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Bambang, Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta: Bayu Media Publishing.

- Dapartemen Agama RI. 2005. *Al-qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Duta Ilmu.
- Dermawan, Rizky. 2013. *Keperawatan Jiwa: Konsep dan Kerangka Kerja Asuhan Keperawatan Jiwa*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Dewi, Gemala. 2007. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media.
- Dusuki, Asyraf Wajdi. 2015. *Sistem Keuangan Islam Prinsip dan Operasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fauzul, Ahmad. 2018. Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Nelayan Desa Pahlawan Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten BatuBara. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*. Vol. 3, No. 2. Juli.
- Gorbalenya, A. E., Baker, S. C., dkk. 2020. Coronavirus Diseases (COVID-19) Current Status and Future Perspectives : A Narrative Review. *International Journal Of Environmental Research and Public Health*, 17(8), 2690.
- Hafidhuddin, Didin. 2002. *Zakat Dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hani Meilita Purnama Subardi & Indri Yuliafitri. 2019. Efektifitas Gerakan Literasi Keuangan Syariah Dalam Mengedukasi Masyarakat Memahami Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*. Vol. 5, No. 1. Januari-Juni.
- Hendrawan, Sanerya; Indraswari; Sylvia Yazid. 2012. *Pengembangan Human Capital (Perspektif Nasional, Regional, Global)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- <https://www.corona.help.com>, diakses pada 1 Maret 2020.
- <https://www.ojk.go.id>, diakses pada 10 Februari 2022.
- <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-generals>, diakses pada 2 Februari 2022.
- Izzah, N. 2021. Edukasi Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Desa Huta Raja, Kabupaten Mandailing Natal. *Community Empowerment*, 457.
- Jajuli, S. 2015. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kamisa. 1997. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kartika.

- Kania, Nia. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Asuransi Syariah PT. Prudential Life Bandung*. Jurnal Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kaynak, E. (2005). American Consumers Attitudes Toward Commercial. *International Journal Of Bank Marketing*, Vol.23, No.1.
- Kotler, Philip; Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium diterjemahkan Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Lestari, Widiya. 2015. Pengaruh Tingkat Literasi Mahasiswa Perbankan Syariah Terhadap Inklusi Keuangan Produk Perbankan Syariah Dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Islam*, 213.
- Mardani. 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Martha, S. 2019. <https://m.bisnis.com/amp/read/20190829/55/1142469/ini-empat-akibat-jika-literasi-keuangan-rendah>. Retrieved Oktober 28, 2021, from Bisnis.com.
- Miles, M.B & Huberman A.M. 1984. *Analisis Data Kualitatif*. Terjemahan Oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. 1992. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Mowen, John & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Munawwir, Ahmad Warson. 1997. *Al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progresif.
- Nawawi, Hadari. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press, anggota IKAPI.
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.
- Peter J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior* Jilid II diterjemahkan oleh Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.

- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rasyid, Rosyeni. 2012. Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. *Jurnal S1 Universitas Negeri Padang*.
- Ratu Humemah & Shifa Fauziah (2020). Analisis Peran Kinerja Agen Asuransi Dalam Membantu Penyelesaian Klaim Pada Produk SiagaKoe. *Jurnal Syari'Insurance*, 6.
- Salsabila, Avyana. 2016. *Peran Demografi Terhadap Literasi Asuransi Syariah*. Staf Departemen Riset dan Pengembangan SEF UGM .
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sari, A.N., & Kautsar, A. 2020. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Teknologi, dan Demografi Terhadap Inklusi Keuangan Pada Masyarakat di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 1237.
- Septiani, R. N., & Wuryani, E. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Sidoarjo, *E-Jurnal Manajemen*, 3217-3218.
- Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Soekanto. 2002. *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Persada.
- Soemitra, Andri. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2005. *Asuransi Takaful Dari Teoristis Ke Praktis*. Bandung: Mimbar Pustaka.

- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Taufik, Avianti Eka, “Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online,” *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Vol. 22 No. 01 – Apr 2020.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Yuliana. “Corona Virues Diseases 2019 (Covid-19) : Sebuah Tinjauan Literatur” *Wellness and Healty Magazine*, II (Februari, 2020)





**Lampiran 1**

**DOKUMENTASI PENELITIAN**



Dokumentasi Dengan Kepala Seksi Pemasaran PT Asuransi BUMIDA KC  
Purwokerto



Dokumentasi Dengan Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto



Dokumentasi Melakukan “Prospek Asuransi” Bersama Bapak Suhardjo  
Selaku Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto



Dokumentasi Melakukan Kegiatan “*Knowledge*” dan Kegiatan “Rabu Pintar”  
Bersama Seluruh Agen PT Asuransi BUMIDA KC Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku  
STAFF Keuangan STMIK Yos Sudarso Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku  
*Human Research* dan Keuangan LP3I Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Kepala Sekolah SMK Bina Taruna Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Ketua KMPA Faktapala UIN SAIZU Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Ketua  
Wapala IT Telkom Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku  
Bendahara Humas SMKN 1 Kalibagor



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Staff  
TU SMK Wiworotomo Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku  
Kepala Tata Usaha SMK Bina Teknologi Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Staff  
Kepegawaian Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto



Dokumentasi Dengan Nasabah Asuransi BUMIDA KC Purwokerto Selaku Staff  
Keuangan Universitas AMIKOM Purwokerto

## Lampiran 2

### Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

**SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 592/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/02/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Pembimbing : Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.S  
Judul : Analisis Pengaruh Tingkat Pemahaman dan Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Asuransi Syariah Dimasa Pandemi Covid-19

Pada tanggal 16/02/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 17 Februari 2022  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

### Lampiran 3

#### Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

#### **BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF**

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tanggal Ujian : Kamis, 07 Juli 2022  
Keterangan : LULUS

| NO                 | ASPEK PENILAIAN      | RENTANG SKOR   | NILAI         |
|--------------------|----------------------|----------------|---------------|
| 1                  | Materi Utama         |                |               |
|                    | a. Ke-Universitas-an | 0 - 20         | 14,2          |
|                    | b. Ke-Fakultas-an    | 0 - 30         | 21,3          |
|                    | c. Ke-Prodi-an       | 0 - 50         | 35,5          |
| <b>TOTAL NILAI</b> |                      | <b>0 - 100</b> | <b>71 / B</b> |

Penguji I,



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si

Purwokerto, 07/07/2022

Penguji II,



Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E.

## **Lampiran 4**

### Surat Keterangan Rekomendasi Munaqosyah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

### **REKOMENDASI MUNAQOSAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.  
NIP : 19920613 201801 2 001  
Jabatan : Koordinator Prodi Perbankan Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Semester/ SKS : IX/ 143 SKS  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan dan yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik sebagaimana yang telah ditetapkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian munaqosah dan digunakan sebagaimana mestinya.

Koord. Prodi Perbankan Syariah



**Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.**  
NIP. 19920613 201801 2 001

Dibuat di Purwokerto  
Tanggal 09 September 2022  
Dosen Pembimbing



**Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.**

## Lampiran 5

### Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsu.ac.id

#### BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Prodi/semester : Perbankan Syariah / 9 (Sembilan)  
Dosen Pembimbing : Sofia Yustiani S., S.E., M.Si.  
Judul Skripsi : "Analisis Literasi Asuransi Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Keputusan Nasabah Asuransi Syariah Di Masa Pandemi Covid-19"

| No | Hari, Tanggal Bimbingan | Materi Bimbingan*)   | Tanda Tangan**) |           |
|----|-------------------------|--|-----------------|-----------|
|    |                         |  | Pembimbing      | Mahasiswa |
| 1  | Jumat, 18 Februari 2022 | Langsung buat bab 1 dan 2 berdasarkan saran dan perbaikan dari penguji semprom   |                 |           |
| 2  | Selasa, 5 April 2022    | Lanjutkan ke BAB III   |                 |           |
| 3  | Selasa, 12 April 2022   | Silahkan bisa langsung lakukan wawancara   |                 |           |
| 4  | Jumat, 24 Juni 2022     | 1) Judul diganti dari "analisis literasi asuransi dan peran agen dalam mempengaruhi keputusan nasabah asuransi syariah di masa pandemic covid-19". Diganti menjadi "analisis literasi asuransi dan peran agen dalam meningkatkan keputusan nasabah asuransi syariah di masa pandemic covid-19".<br>2) Kajian pustaka harus jurnal 4 tahun terakhir |                 |           |

Dipindai dengan CamScanner



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53128  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsu.ac.id

|   |                         |  |  |  |
|---|-------------------------|--|--|--|
|   |                         | 3) Di BAB 4 perlu ada pembahasan penelitian ini berguna untuk menjawab rumusan masalah<br>4) Harus ada diagram yang menyatakan seorang nasabah terima/tolak terkait kinerja agennya  |  |  |
| 5 | Rabu, 27 Juli 2022      | 1) Di perdalam lagi di BAB II terkait landasan teori literasi dan peran agennya<br>2) Penambahan landasan teologi<br>3) Di BAB IV ditambahkan terkait jumlah penurunan omset dari tahun berapa ke berapa   |  |  |
| 6 | Jumat, 2 September 2022 | 1) Di BAB IV ditambahkan di bagian pembahasan terkait rujukan hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitiannya penulis.<br>2) Di BAB V ditambahkan lagi di bagian saran untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasannya apa, kemudian disarankan. |  |  |

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 6 September 2022  
Pembimbing,

Sofia Yustiani S., S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

## Lampiran 6

### Sertifikat BTA PPI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

J. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | [www.iainpurwokerto.ac.id](http://www.iainpurwokerto.ac.id)

## SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/12071/08/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : TRI ANA AGUSTINA**  
**NIM : 1817202085**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

|                 |   |    |
|-----------------|---|----|
| # Tes Tulis     | : | 73 |
| # Tartil        | : | 70 |
| # Imla`         | : | 70 |
| # Praktek       | : | 73 |
| # Nilai Tahfidz | : | 70 |



Purwokerto, 04 Agt 2020



ValidationCode

**Lampiran 7**

Sertifikat KKN



**SERTIFIKAT**

Nomor: 394/K.LPPM/KKN.48/08/2021

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **TRI ANA AGUSTINA**  
NIM : **1817202085**  
Fakultas/Prodi : **FEBI / PSY**

**TELAH MENGIKUTI**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021  
dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **93 (A)**.

Purwokerto, 29 Oktober 2021  
Ketua LPPM,  
  
Dr. H. Ansori, M.Ag.  
NIP. 19650407 199203 1 004



## Lampiran 8

### Sertifikat PPL



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-435624, Fax : 0281-436553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

## Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

**PT Asuransi Umum Bumiputeramuda 1967 Kabupaten Banyumas**

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.

Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah/Skripsi*.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI

**H. Sochimil, Lc., M.Si**  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 9

### Sertifikat Aplikom

# SERTIFIKAT

## APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Nama: Jl. Jerd. Ahmad Yani No. 40A, Tep. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



**IAIN PURWOKERTO**

No. IN.17/UPT-TPD/6151/IV/2020

**SKALA PENILAIAN**

| SKOR   | HURUF | ANGKA |
|--------|-------|-------|
| 86-100 | A     | 4.0   |
| 81-85  | A-    | 3.6   |
| 76-80  | D+    | 3.3   |
| 71-75  | B     | 3.0   |
| 65-70  | B-    | 2.6   |

Dibenikan Kepada:

**TRI ANA AGUSTINA**  
NIM: 1817202085

Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 21 Agustus 2000

MATERI PENILAIAN

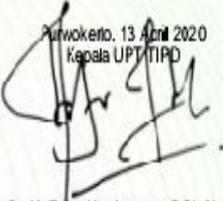
| MATERI                | NILAI   |
|-----------------------|---------|
| Microsoft Word        | 80 / B+ |
| Microsoft Excel       | 100 / A |
| Microsoft Power Point | 90 / A  |

Sahagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office®* yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPO IAIN Purwokerto pada tanggal 13-04-2020.





Purwokerto, 13 April 2020  
Kepala UPT TIPO



**Dr. H. Fajar Hardiyono, S.Si., M.Sc**  
NP. 19801215 200501 1 003

**Lampiran 10**

**Sertifikat PBM**



KEMENTERIAN AGAMA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

---

# Sertifikat

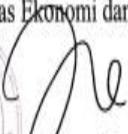
Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085

Dinyatakan Lulus dengan Nilai **86 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI



**H. Sochim, Lc., M.Si**  
NIP. 19691009 200312 1 001



**Lampiran 11**

Sertifikat PBAK

**SERTIFIKAT**  
No. 096/A1/PBAK-FEBI/DEMAFEBI/VIII/2018

Diberikan kepada :  
**TRI ANA AGUSTINA**

Sebagai  
**Peserta**

| Kehadiran | Keaktifan | Tugas | Rata-rata |
|-----------|-----------|-------|-----------|
| 85        | 85        | 90    | 86        |

Dalam kegiatan PBAK FEBI 2018 yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto Pada tanggal 24-25 Agustus 2018 di IAIN Purwokerto

Wakil Dekan III  
  
Drs. Atabik, M.Ag  
NIP. 196512051993031004

Ketua DEMA  
  
Ifan Muarif  
NIM. 1522201092

Ketua Panitia PBAK FEBI  
  
M. Nu'man Annabhani  
NIM. 1617203030

## Lampiran 12

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas

Nama : Tri Ana Agustina  
NIM : 1817202085  
Tempat/Tgl Lahir : Purbalingga, 21 Agustus 2000  
Alamat Rumah : Desa Selabaya RT 02 RW 05, Kec. Kalimanah,  
Kab. Purbalingga

Nama Orang Tua

- a. Ayah : Atmono Jasan
- b. Ibu : Sarmini

#### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. TK/Paud : TK Pertiwi Kalimanah Wetan
- b. SD/MI : SD Negeri 1 Selabaya
- c. SMP/MTS : SMP Negeri 2 Kalimanah
- d. SMA/MAN : SMK Negeri 1 Purbalingga

#### C. Pengalaman Organisasi

GenBI Purwokerto

Purwokerto, 6 September 2022



**Tri Ana Agustina**

**NIM. 1817202085**