

**BAB IV**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MINAT NASABAH**  
**MEMILIH ASURANSI SYARIAH**

**A. Faktor-Faktor Minat Nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang**

Asuransi merupakan persiapan yang dibuat oleh sekelompok orang yang masing-masing menghadapi kerugian kecil sebagai sesuatu yang tidak dapat diduga. Apabila kerugian itu menimpa salah seorang dari mereka yang menjadi anggota perkumpulan itu, maka kerugian itu akan ditanggung bersama oleh mereka.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data penelitian dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang berhasil ditemui. Kuesioner diperoleh dengan cara peneliti menemui langsung responden dan memberikan kuesioner kepada 92 nasabah, sampel ini diambil dengan menggunakan rumus *Slovin*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kelonggaran 10%, sehingga di dapat jumlah sampel sebagai berikut.

Jumlah nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang

1130 orang, maka  $n = \frac{1130}{1+1130 \cdot 0,1^2} = 91,87 = 92$  jumlah ini yang dijadikan

---

<sup>1</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia. 2003, hlm 112.

sampel nasabah untuk mengisi angket yang ditujukan kepada para responden yang merupakan nasabah AJB Bumiputera 1912 cabang syariah Semarang. Pengumpulan data secara langsung dengan menemui responden, hal ini diharapkan supaya lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Survey dilakukan pada hari senin s/d jumat tanggal 8 s/d 12 di AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah.

Dalam Faktor-faktor minat nasabah terbagi menjadi dua faktor yaitu:

- a. Faktor Emosional (Internal) dengan indikator pelayanan, religius stimuli dan profit sharing
- b. Faktor Motif Sosial (Eksternal) dengan indikator reputasi, promosi dan lokasi

#### **Data Rekap Angket Nasabah**

##### **a) Faktor emosional (faktor internal) Indikator Pelayanan, Religius stimuli dan Profit Sharing**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang dalam memberikan pelayanan kepada nasabah bersikap sopan, ramah tamah, cepat dan tepat serta efisien	48	32	12	-	-
2	Kinerja karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syariah) serta produk yang ada dalam AJB Bumiputera 1912 sesuai syariah	30	51	11	-	-

3	Nisbah/Kesepakatan yang telah ditetapkan oleh AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang menggunakan prinsip bagi hasil bukan sistem bunga	63	21	8	-	-
---	---	----	----	---	---	---

**b) Faktor Motif Sosial (faktor eksternal) Indikator Reputasi, Promosi dan Lokasi**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Jaringan perusahaan yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sudah cukup banyak dan populer dikalangan masyarakat	22	60	10	-	-
2	Banyaknya media yang digunakan untuk melakukan promosi memudahkan Saudara untuk memahami AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang serta ditujukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat	28	53	11	-	-
3	Lokasi AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang strategis karena dekat dengan jalan raya	25	55	12	-	-

**1. Faktor Emosional (Faktor Internal)**

Tanggapan responden terhadap faktor emosional (faktor internal) yang dijelaskan melalui tiga indikator yaitu: pelayanan, *religius stimuli* (keagamaan), dan *profit sharing* (bagi hasil).

## a. Indikator pelayanan

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	48	52.2
Setuju	32	34.8
Netral	12	13.0
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel tersebut dapat diketahui nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang pelayanan. Nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 48 responden (52,2%), nasabah menjawab setuju sebanyak 32 responden (34,8%), serta netral sebanyak 12 responden (13,0%).

b. Indikator *religijs stimuli* (keagamaan)

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	30	32.6
Setuju	51	55.4
Netral	11	12.0
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel tersebut dapat diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang indikator *religijs stimuli* (keagamaan). Nasabah menjawab sangat

setuju sebanyak 30 responden (32,6%), menjawab setuju sebanyak 51 responden (55,4%) serta netral sebanyak 11 responden (12,0%).

c. Indikator *profit sharing* (bagi hasil)

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	63	68.5
Setuju	21	22.8
Netral	8	8.7
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel tersebut dapat diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang *profit sharing* (bagi hasil). Nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 63 responden (68,5%) nasabah yang menjawab setuju sebanyak 21 (22,8%) responden serta netral sebanyak 8 responden (8,7%).

## 2. Faktor Motif Sosial (Faktor Eksternal)

Tanggapan responden terhadap faktor motif sosial (faktor eksternal) yang dijelaskan melalui tiga indikator yaitu: reputasi, promosi, dan lokasi.

## a. Indikator reputasi

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	22	23.9
Setuju	60	65.2
Netral	10	10.9
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel tersebut dapat diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang indikator reputasi. Nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 responden (23,9%), nasabah yang menjawab setuju sebanyak 60 responden (65,2%), serta netral sebanyak 10 responden (10,9%).

## b. Indikator promosi

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	28	30.4
Setuju	53	57.6
Netral	11	12.0
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang indikator promosi. Nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 28

responden (30,4%), nasabah yang menjawab setuju sebanyak 53 responden (57,6%), serta netral sebanyak 11 responden (12,0%).

c. Indikator lokasi

	Frequency	Percent (%)
Sangat Setuju	25	27.2
Setuju	55	59.8
Netral	12	13.0
Total	92	100.0

Berdasarkan data tabel tersebut diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Tanggapan mayoritas adalah pada jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden (27,2%), nasabah yang menjawab setuju sebanyak 55 responden (59,8%), serta netral 12 responden (13,0%).

Dari hasil analisis faktor-faktor menghasilkan urutan besarnya indikator minat nasabah dari yang terbesar sampai yang terkecil nasabah yang menjawab Sangat Setuju berturut-turut adalah *profit sharing* 63 nasabah, pelayanan 48 nasabah, *religius stimuli* 30 nasabah, promosi 28 nasabah, lokasi 25 nasabah dan reputasi 22 nasabah. Semua indikator tersebut yang mendorong minat nasabah dalam memilih asuransi syariah (AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang).

Diantara ke enam indikator di atas maka diketahui bahwa yang memberikan kontribusi paling besar yaitu *profit sharing* sebanyak 63 nasabah (68,5%) yang menjawab sangat setuju nasabah memilih asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Karena dapat diketahui bahwa nisbah/kesepakatan yang telah ditetapkan oleh AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang menggunakan prinsip bagi hasil bukan sistem bunga dimana perusahaan akan bertindak sebagai *Mudharib* (Pengelola dana) sementara nasabah sebagai *Shahibul Maal* (Penyandang dana). Dengan adanya prinsip bagi hasil tersebut nasabah merasa nyaman untuk menabung dan mendepositokan uang di asuransi syariah karena sistem bagi hasil yang digunakan dalam AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang berdasarkan kaidah *mudharabah* yaitu 70% untuk *shahibul maal* dan 30% untuk *mudharib*. Dengan adanya prinsip bagi hasil ini maka nasabah tidak dirugikan karena perusahaan mengelola dananya itu dengan baik dan terbuka antara nasabah dengan pengelola.

Karena, semakin tinggi *profit sharing* yang diberikan oleh pihak asuransi maka minat menjadi nasabah di asuransi syariah semakin tinggi. Hasil ini dimungkinkan karena *profit sharing* yang diberikan oleh AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang kepada nasabah cukup tinggi.



Indikator yang terbesar kedua adalah pelayanan sebanyak 48 nasabah (52,2%) yang menjawab sangat setuju. Berdasarkan hasil analisis data di atas dapat diketahui tanggapan nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang tentang pelayanan. Bahwasanya pelayanan yang diberikan karyawan AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang kepada nasabah sangat baik, sopan, bersikap ramah tamah dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat serta efisien kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas serta perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan sehingga nasabah merasa senang dan puas dengan pelayanan tersebut. Dengan pemberian pelayanan yang baik serta fasilitas yang aman, nyaman maka masyarakat berminat untuk bergabung menjadi nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang.

Indikator yang ke tiga adalah *religius stimuli*. Nasabah menganggap bahwa *religius stimuli* salah satu faktor yang menjadikan nasabah memilih AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sebanyak 30 nasabah (32,6%) yang menjawab sangat setuju. Dari hasil analisis data di atas dapat dilihat bahwa sistem yang digunakan dalam menjalankan usahanya, AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip agama (syariah) seperti tolong-menolong sesama manusia, karena dalam asuransi syariah tolong menolong dapat

ditujukan kepada siapa saja baik muslim maupun non-muslim. Dimana satu dengan yang lain saling memikul resiko yang terjadi apabila salah satu nasabah mengalami musibah, maka para nasabah yang lain ikut merasakan penderitaan tersebut dan membantu meringankan bebannya, sehingga nasabah juga tidak mengalami kerugian atas musibah yang terjadi karena adanya semangat gotong royong yang terjalin diantara para nasabah. Prinsip inilah yang menjadi kelebihan sistem asuransi AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sehingga banyak nasabah yang berminat memilih AJB Bumiputera Cabang Syariah Semarang. Serta produk yang ditawarkan dalam AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sudah jelas dan memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah dan sesuai dengan syariah.

Indikator ke empat adalah Promosi. Sebanyak 28 nasabah (30,4%) yang menjawab sangat setuju. Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas dan kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Oleh sebab itu promosi yang semacam tersebut dilarang dalam *syariah marketing*. Dari hasil analisis diketahui bahwa media yang digunakan untuk melakukan promosi

sudah baik sehingga memudahkan masyarakat untuk memahami AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang melalui iklan seperti memasang pamflet, menyebar brosur, untuk memasarkan sebuah produknya agen Bumiputera 1912 Cabang Syariah dalam berhubungan dengan masyarakat berperilaku sopan, lemah lembut dan ramah tamah serta memberikan informasi secara detail sehingga nasabah paham dengan apa yang disampaikan oleh agen asuransi. AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang ditujukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat tidak hanya dari kalangan atas saja tetapi kalangan bawahpun juga bisa menjadi nasabah AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Ini juga yang menjadikan banyaknya nasabah tertarik untuk berasuransi di AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang karena tidak adanya perbedaan diantara satu sama lain.

Indikator selanjutnya adalah lokasi. Sebanyak 25 nasabah (27,2%) yang menjawab sangat setuju bahwa AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang strategis dan mudah dijangkau. Dalam menentukan lokasi perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan *target market* sehingga dapat efektif dan efisien. Fasilitas yang digunakan untuk menuju kesana tidak susah. Semakin jauh tempatnya kemungkinan untuk berminatnya semakin sedikit karena kecenderungan manusia adalah memilih lokasi yang lebih dekat dan mudah dijangkau.

Indikator yang terkecil adalah indikator reputasi. Dalam indikator ini nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 nasabah, indikator ini juga dapat membangkitkan minat nasabah untuk memilih AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Mengingat reputasi asuransi ini memang cukup baik dimata para nasabah, baik dari segi pelayanan, keuangan ataupun yang lainnya. Bagi nasabah sebuah reputasi masih dianggap penting dalam membuat keputusan untuk bergabung jadi nasabah atau tidak dan jaringan perusahaan yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang sudah cukup banyak dan populer dikalangan masyarakat karena dengan reputasi yang baik maka nasabah tidak akan ragu lagi untuk menginvestasikan dananya ke AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang. Ini terlihat dari banyaknya nasabah yang memilih AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang dan setiap tahunnya mengalami perkembangan nasabah yang begitu pesat. AJB Bumiputera juga merupakan lembaga yang pertama di Indonesia dengan reputasi yang baik yang dimiliki AJB Bumiputera 1912 Cabang Syariah Semarang, maka semakin banyak nasabah yang berminat memilih AJB Bumiputera.