

**Hubungan Persepsi dan Preferensi Atasbagi Hasil Pembiayaan
Mudharabah Musytarakah terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi
Syariah**

Marianti Meha¹, Muhammad Ramadhan², Juliana Nasution³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

maryantimeha12@gmail.com, muhammadramadhan@uinsu.ac.id,

juliananasution@uinsu.ac.id

ABSTRACT

Insurance is a way or method to maintain humans in avoiding risks, various dangers that will occur in their lives, in the course of their life activities or in their economic activities. Sharia insurance is a business that protects and helps each other between several parties through investments in the form of assets or tabarru' which provides a pattern of returns used to deal with certain risks through contracts in accordance with sharia principles. This study aims to determine the relationship between perceptions and preferences of the profit sharing of mudharabah financing on the interest in becoming participants in sharia insurance for high school teachers of the Smart Pure Islamic Education Foundation, either partially or simultaneously. The method used in this study is a quantitative method. The population of this study was conducted on teachers in one high school in Medan, North Sumatra with a sample of 65 teachers. Using primary data and distributing questionnaires and multiple regression analysis methods using hypothesis testing. The results of this study simultaneously from the variables of perception and preference for mudharahmusytarakah financing have a significant effect on interest. then partially perception and preference variables affect the interest in becoming a participant of sharia insurance.

Keywords: Perception, Preference, Interest, MudharabahMusytarakah, Sharia Insurance

ABSTRAK

Asuransi adalah suatu cara atau cara untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko, berbagai bahaya yang akan terjadi dalam kehidupannya, dalam menjalankan aktivitas hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya. Asuransi syariah adalah usaha yang saling melindungi dan membantu antara beberapa pihak melalui investasi berupa harta atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian yang digunakan untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad-akad yang sesuai dengan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi dan preferensi bagi hasil pembiayaan mudharabah terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah bagi guru SMA

Yayasan Pendidikan Islam Murni Cerdas, baik secara parsial maupun simultan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini dilakukan pada guru di salah satu SMA di Medan Sumatera Utara dengan sampel 65 guru. Menggunakan data primer dan penyebaran kuesioner serta metode analisis regresi berganda menggunakan pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini secara simultan dari variabel persepsi dan preferensi terhadap pembiayaan mudharah musyarakah berpengaruh signifikan terhadap bunga. kemudian secara parsial variabel persepsi dan preferensi berpengaruh terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah.

Kata Kunci: Persepsi, Preferensi, Bunga, Mudharabah Musyarakah, Asuransi Syariah

PENDAHULUAN

Asuransi sebagai lembaga keuangan non bank, asuransi terorganisir secara rapi dalam bentuk sebagai perusahaan yang beroperasi pada aspek bisnis, terlihat secara nyata pada era modern. Bersamaan dengan boomingnya semangat revolusi industri dikalangan masyarakat, banyak tuntutan untuk mengadakan sebuah proteksi terhadap kegiatan atau aktivitas ekonomi. buruh pabrik misalnya, merasa bahwa aktivitas dipabrik tidak hanya sekedar untuk kepentingan ekonomi tanpa risiko.

Tetapi sebaliknya selama melakukan aktivitas dipabrik, mereka membutuhkan sebuah lembaga yang bisa memberikan proteksi terhadap keselamatan jiwanya. Sehingga secara psikologi mereka mendapatkan ketenangan dan ketentraman selama melakukan aktivitas ekonominya. Disamping itu risiko yang selama ini dapat dihindari atau paling tidak bisa meminimalisir menjadi suatu yang tidak memberatkan jika suatu hari nantinya mendapatkan kerugian dalam aktivitas ekonomi, maka pilihan yang tepat terdapat pada institusi asuransi.

Secara umum asuransi adalah perjanjian antara penanggung (perusahaan asuransi) dengan tertanggung (peserta asuransi) yang dengan menerima premi dari tertanggung, penanggung berjanji akan membayar sejumlah pertanggungan manakala tertanggung

1. Mengalami kerugian, kerusakan, atau kehilangan atas barang/kepentingan yang diasuransikan karena peristiwa yang tidak pasti dan tanpa kesengajaan.
2. Didasarkan atas hidup atau matinya seseorang. (Andri soemitra, 2017)
Asuransi merupakan cara atau metode untuk memelihara manusia

dalam menghindari risiko, bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam Hidupnya, dalam perjalanan kegiatan hidupnya atau dalam aktivitas ekonominya. Dalam ensiklopedi hukum islam telah disebutkan bahwa asuransi adalah transaksi perjanjian antara dua pihak, dimana pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada sipembayar iuran jika terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang dibuat

Namun dalam hal ini mekanisme pengelolaan yang dilakukan oleh asuransi konvensional adalah sangat tidak sesuai dengan syariat islam. Karena pada dasarnya mekanisme yang digunakan didalamnya adalah transfer risk atau pengalihan risiko, yang berbeda dengan asuransi syariah Sharing Risk atau berbagi risiko, dimana semua peserta ikut serta dalam menanggung risiko yang terjadi apabila salah satu dari anggotanya mengalami kerugian. Juga dalam asuransi konvensional mengandung riba.

Perbuatan riba dalam islam adalah perbuatan yang harus dihindari karena akan berakhir pada kezaliman, sedangkan dalam asuransi syariah harus selaras dengan hukum islam dimana akad yang digunakan didalamnya benar-benar harus terbebas dari gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulum (penganiayaan) risywah (suap) dan sifat-sifat zalim lainnya. termasuk juga pada objeknya harus halal- thayyiban bukan barang yang haram dan maksiat.

Untuk itu sudah saatnya kita melirik, bahkan beralih ke sistem ekonomi yang berbasis syariah yang telah haring of risk diterapkan sejak zaman Nabi Muhammad SAW dan terbukti andal. Namun patut kita sadari bahwa sistem ekonomi syariah bukan hanya perbankan syariah, bank syariah hanya sebagian kecil dari praktik ekonomi syariah. Krisis keuangan dunia adalah sebagai momentum untuk menggali kesadaran berasuransi dengan asuransi syariah.

Diketahui bahwa kendala terbesar dari berkembangnya asuransi Syariah adalah masyarakat tidak mengenal adanya produk asuransi syariah dan mekanismenya. Termasuk didalamnya para guru SMA Yayasan Pendidikan Islam Cerdas Murni tembung yang masih dominan menggunakan asuransi konvensional daripada asuransi syariah.

Tabel1

Data Jumlah Keikutsertaan Guru-guru SMA Cerdas Murni Terhadap Asuransi

Asuransi Syariah	Asuransi Konvensional	Tidak Mengikuti Asuransi Syariah dan Konvensional	Jumlah
7	43	15	65
11%	66%	23%	100%

Sumber: Yayasan Perguruan Islam Cerdas Murni Tembung

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 65 guru SMA Yayasan Pendidikan Islam Cerdas Musrni Tembung hanya 7 orang yang menggunakan program asuransi syariah dan bahkan pengguna asuransi konvensional pada institusi ini lebih banyak dari pada asuransi syariah dengan jumlah 43 orang guru, padahal jika dilihat dari kondisi sudah seharusnya para pengguna produk asuransi disekolah ini seharusnya sudah paham akan hukum dasar daripada riba.

Tabel diatas sangat tampak bahwa keikutsertaan guru guru SMA Cerdas Murni pada program asuransi. dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa guru-guru Cerdas Murni masih lebih dominan menggunakan produk konvensional. Hal ini tentunya bisa terjadi karena banyaknya faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah faktor internal, yakni mengenai persepsi dari guru guru itu sendiri yang tentunya akan mempengaruhi minatnya dalam memilih produk dipaparkan pada saat wawancara bersama kepala sekolah Cerdas Murni mengatakan bahwasalahsatu faktornya adalah juga terkait dengan asuransi syariahnya sendiri yang tidak pernah melakukan sosialisasi dilingkungan sekolah mereka, padahal antusias guru-guru disini sangat baik dan mendukung adanya program asuransisyariah

Faktanya bahwa minat sebagian besar peserta asuransi memilih untuk menggunakan asuransi syariah dikarenakan masih berupa ikatan keagamaan dan bukan tertarik karena produk dan keuntungan-keuntungan yang ditawarkan didalamnya. sehingga menimbulkan pertanyaan bagi peneliti tentang kemungkinan persepsi atas bagi hasil yang ditawarkan oleh produk asuransi syariah, apakah dengan mengetahui dan memahami hal tersebut akhirnya para guru SMA Cerdas Murni memiliki persepsi positif mengenai bagi hasil pembiayaan Mudharabah Musyarakah dan akan timbul minat para guru SMA cerdas Murni untuk memilih asuransi syariah yang membuat banyak peserta asuransi konvensional kemudian akan beralih kepada produk asuransi syariah dikarenek asuransi syariah berhasil memberikan keuntungan yang emosional sekaligus keuntungan fungsional kepada

seluruhpesertanya. Pengertian persepsi diatas dapat ditarik kesimpulan adanya kaitan antara persepsi dengan asuransi syariah, dimana pemahaman tentang asuransi syariah akan mempengaruhi minat dan pola pikir dari setiap orang, sehingga seseorang akan merasakan rangsangan tersebut dengan cara mereka menyimpulkan atau bisa juga menafsirkan suatu pesan atau informasi yang telah mereka terima.

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan, dengan beberapa data yang diperoleh dari fenomena di lapangan dan bukti-bukti lainnya yang tentunya dapat memperkuat argument peneliti, maka dengan ini peneliti merasa perlu melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan mengambil judul: **“Hubungan Persepsi Dan Preferensi Atas Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah” (Studi Kasus Guru SMA Yayasan Perguruan Islam Cerdas Murni Tembung).**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang, maka perumusan masalah yang dijadikan objek penelitian adalah :

1. 1. Apakah persepsi atas bagi hasil mudharabah mustarakah secara signifikan berhubungan terhadap minat guru-guru SMA Cerdas Murni menjadi peserta asuransisyariah?
2. Apakah preferensi atas bagi hasil mudaharabah musytarakah secara signifikan berhubungan terhadap minat guru SMA Cerdas Murni menjadi peserta asuransisyariah?
3. Apakah persepsi dan preferensi secara simultan berhubungan dengan minat guru SMA Cerdas Murni menjadi peserta asuransisyariah?

TINJAUAN PUSTAKA

PengertianAsuransi

Istilah asuransi dalam perkembangannya di Indonesia berasal dari kata Belanda *assurantie* yang kemudian menjadi “asuransi” dalam bahasa Indonesia. Namun istilah *assurantie* itu sendiri sebenarnya bukanlah istilah asli bahasa Belanda akan tetapi berasal dari bahasa latin yaitu *assecurare* yang berarti “meyakinkan orang”. Kata ini kemudian dikenal dalam bahasa Perancis sebagai *assurance*. Demikian pula istilah *assurateur* yang berarti “penanggung” dan *geassureerde* yang berarti “tertanggung” keduanya berasal dari perbendaharaan baha Belanda. Sedangkan dalam bahasa Belanda istilah “pertanggungan” dapat diterjemahkan menjadi *insurance* dan *assurance*. (Andri Soemitra, 2017)

Secara umum asuransi syariah dapat diartikan sebagai asuransi yang

prinsip operasionalnya didasarkan pada syariat islam dengan mengacu pada al-Qur'an dan as-Sunnah. Sebagaimana prinsip dasar asuransi syariah yang bersifat saling melindungi dan tolong-menolong yang disebut dengan ta'awun, yaitu prinsip hidup saling melindungi dan saling menolong dengan unsur saling menanggung risiko diantara peserta asuransi, dimana setiap peserta menjadi penanggung pesertalainnya. (Fauzi Arif Lubis, Yusrizal, 2020)

Dewan Syariah Nasional majelis ulama Indonesia (DSN-MUI) memfatwakan bahwa asuransi syariah atau yang disebut ta'min, takful atau tadhamun adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. (Andri Soemitra, 2017)

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karena sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggung jawaban yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran Islam yaitu Al-Quran dan sunnah rasul

Pada hakikatnya melakukan asuransi syariah adalah diperbolehkan, karena pada dasarnya pengertian dari asuransi syariah itu sendiri adalah untuk saling tolong menolong, saling bekerjasama antara yang satu dengan yang lain, saling melindungi dari musibah, dan saling bekerjasama dalam meminimalisir risiko yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

Persepsi

Persepsi adalah suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensori mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraannya. (Suhartini, 2021)

Persepsi dapat pula dilihat dari proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan dan penciuman. Kunci untuk memahami persepsi adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. (Hadid Mansyur Ramly, dkk, 2014)

Persepsi merupakan fungsi psikis yang dimulai dari proses sensasi, tetapi diteruskan dengan proses pengelompokan, menggolongkan, mengartikan dan mengaitkan beberapa rangsang sekaligus. Persepsi terjadi berawal dari adanya sensasi, yaitu kesadaran pertama kita akan adanya suatu stimuli (ransangan) diluar kita. Kemudian otak kita merangkai,

mengkombinasikan, mengorganisasikan dan menafsirkan stimuli-stimuli tersebut dalam bentuk gambaran atau pemahaman tertentu. Persepsi dibentuk oleh kita. Ada dua teori pembentukan persepsi, yaitu teori *structuralis* dan teori *gestalt*.

Persepsi seseorang tentang sesuatu hal juga dipengaruhi suasana hatinya. Orang yang suasana hatinya sedang gembira bisa memahami kata-kata yang mengandung kegembiraan lebih cepat dari pada kata-kata yang mengandung kesedihan dan begitu juga sebaliknya. Adapun tahap-tahap dalam pembentukan persepsi konsumen, yaitu:

- a. Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indra konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman dan peraba). Pada tahap ini, konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan atau dicoba.
- b. Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah didapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengaturan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk serta nilai tambah yang bisa didapat.
- c. Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapat kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting dari pada realitas, karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi aktual konsumen. (Muhammad Hanafi zuardi, 2013)

Preferensi

Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen adalah bisa menunjukkan bagaimana kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Preferensi juga bisa diartikan pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap adanya suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. (Pandurobi Arifandy, 20)

Menurut Barna, Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Atribut yang ditampilkan pada produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.

(Liliana Anhas, 2018)

Barna juga mengatakan preferensi atau selera adalah sebuah konsep yang digunakan dalam ilmu sosial, khususnya ekonomi. Hal ini mengasumsikan pilihan realitas atau imajier antara alternatif-alternatif dan kemungkinan dari peningkat analternatif tersebut,berdasarkankesenangan,kepuasan,dan gaya hidup. Preferensi secara luas yakni sebagai sumber dan motivasi. Dalam ilmu kognitif, preferensi individual memungkinkan pemilihan tujuan.

Mudharabah Musytarakah

Mudharabah musytarakah adalah perpaduan antara akad mudaharabah dan akad musyarakah. Akad mudharabah musytarakah merupakan bentuk akad mudharabah yang dimana pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerjasama investasi. Dalam buku Tarmizi juga disebutkan bahwa mudharabah Musytarakah adalah gabungan dari dua kata Mudharabah dan Musrtarakah.(erwandi. Dkk, 2018)

Mudharabah adalah suatu bentuk kontrak yang lahir sejak zaman Rasulullah SAW, sejak zaman jahiliyah?sebelum islam. Dan islam menerimanya dalam bentuk bagi hasil dan investasi. Dalam Bahasa Arada tiga bahasa yang digunakan untuk bentuk organisasi binsis ini: Qiradh, Muqhorodah, dan Mudharabah. Ketiga prinsip ini pada dasarnya tidak ada perbedaan prinsipnya. Perbedaan istilah mungkin terjadi karena disebabkan oleh faktor geografis. Imam Abu Hanifah dan Ahmad Bin Hanbal di Irak menggunakan istilah Mudharabah, sebaliknya imam Malik dan Syafi'i menggunakan istilah Qiradh dan muqhoradah, mengikuti kebiasaan di hijaz.

Mudharabah musytarakah merupakan bentuk akad dari mudharabah dimana dalam melakukan kegiatan usahanya Mudharib atau Pengelola modal (dana) Menyertakan dana yang dimilikina untuk mereka investasikan secara bersama- sama. Dalam Mudharabah musytarakah, pengelola dana berdasarkan akad Mudharabah harus menyertakan dananya didalam investasi bersama (berdasarkan akad musyarakah). Pemilik Modal atau nasabah (musyarakah) akan memperoleh bagian hasil sesuai dengan porsi modal yang telah ia setorkan sebelumnya. Pembagian hasil usaha antara pengelola dana dan pemilik dana mudharabah. (Nurul Iflaha, 2019)

Akad mudaharah musytarakah diperbolehkan dalam lembaga asuransi syariah, dimana fatwanya terdapat pada Fatwa DSN-MUI Nomor. 51/DSN-MUI/III/2006 tentang akad mudaharabh musytarakah pada perusahaan asuransi syariah, dimanayaitu dengan ketentuan perusahaan asuransi yang dimaksud adalah asuransi jiwa, kerugian dan reasuransi syariah.

Asuransi jiwa adalah asuransi yang bertujuan menanggung orang

terhadap kerugian finansial takterduga yang disebabkan meninggalnya seseorang diwaktu yang tidak pasti. Asuransi kerugian merupakan asuransi yang memberikan penggantian kerugian kepada nasabah atau tertanggung yang menderita kerugian dari sebuah barang atau benda miliknya. Kerugian yang terjadi dikarenakan oleh bencana alam, peristiwa tidak pasti atau bahaya yang akan timbul diwaktu tertentu dimasa yang akan datang. Sedangkan reasuransi syariah merupakan pertanggungulangan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan asuransi syariah pada perusahaan asuransi lainnya. atau bisa juga dikatakan dengan saling berbagi risiko antara sesama perusahaan asuransi.

Pada dasarnya akad mudharabah muystarakah adalah bagian daripada akad mudharabah. oleh karena itu pada perusahaan asuransi yang menerapkan produk syariah dan mengandung unsur tabungan maupun nontabungan diperbolehkan untuk menggunakan akad mudharabah musytarakah tersebut. adapun pihak-pihak yang akan terlibat dalam akad mudharabah musytarakah tersebut adalah yang pertama perusahaan asuransi itu sendiri yang berperan sebagai mudharib atau disebut juga sebagai pengelola modal, dan sekaligus perusahaan tersebut sebagai muystarik (investor yang menyertakan modal) dan peserta asuransi yang berkedudukan sebagai pemegang polis dalam produk tabungan dan berperan sebagai shahibul maal dalam produk non tabungan jika terdapat beberapa peserta asuransi secara kolektif.

Minat

Minat adalah salah satu aspek yang cukup berpengaruh besar pada perilaku, dan minat juga merupakan salah satu sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang untuk melakukan apa yang orang tersebut mau. Minat beli merupakan salah satu komponen perilaku dalam sikap konsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor minat membeli sendiri adalah bagian dari komponen dari perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan untuk membeli itu benar-benar dilaksanakan. (Pertiwi, Dita. 2019)

Minat beli memiliki sifat dan karakter sebagai berikut:

- a. Minat bersifat pribadi atau individual, disini ada perbedaan minat seseorang dengan oranglain.
- b. Minat menimbulkan efek diskriminatif.
- c. Sangat erat hubungannya dengan motivasi, sangat mempengaruhi dan juga dipengaruhi oleh motivasi.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan merupakan bawaan

dari lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman, maupun mode.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Desain penelitian yang digunakan adalah asosiasi kausal serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan dalam beberapa komponen masalah, variabel dan indikator. Setiap variabel yang ditentukan diukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda-beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut. Dengan menggunakan simbol-simbol angka tersebut tehnik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat dilakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum didalam suatu parameter (Nur Ahmadi, 2016)

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian, penentuan populasi merupakan hal yang sangat penting untuk memberikan batasan secara jelas tentang obyek yang akan diteliti. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Guru SMA Yayasan Perguruan Islam Cerdas Murni yang berjumlah 65 orang.

Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Berhubung dalam penelitian ini populasinya hanya berjumlah 65 yaitu dimana kurang dari 100responden maka penelitian ini mengambil semua populasi untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Tabel 2
Uji Normalitas
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan > 0,05 maka distribusi datanya dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan < 0.05 maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Pada tabel 2 terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0.05$) yaitu $0,848 > 0,05$ yang berarti bahwa data terdistribusi dengan normal.

		Unstandar dized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.0394727 3
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.076 .054
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.612
Asymp. Sig. (2-tailed)		.848

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandar dized Coefficients		Stand ardiz ed Coeffi cient s	t	Sig.	Collinear ity Statistics	
	B	Std. Erro r				Beta	Tol era nce
1 (Co nsta nt)	1.42 9	3.63 4		.39 3	.69 6		

Persepsi	.668	.116	.576	5.771	.000	.983	1.017
Prefereensi	.262	.142	.185	1.851	.069	.983	1.017

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Peserta

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antarvariabel bebas atau tidak dengan menggunakan metode Covariance Matrix dan Colinearity Diagnostics. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.

Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance adalah :

- a. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- b. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Kriteria pengujian multikolinearitas dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) adalah :

- a. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.
- b. Jika nilai VIF lebih besar dari 10,0 maka dapat diartikan terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Tabel 4

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficientsa

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.435	2.029		1.693	.095
Persepsi	-.009	.065	.019	.147	.884
Preferensi	.074	.079	.119	.936	.353

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig >α, yaitu 0,884> 0,05 untuk variabel kualitas persepsi dan 0,353> 0,05 untuk variabel preferensi, sehingga penelitian ini bebas dari heterokedastisitas dan layak untuk diteliti

a. Dependent Variable: RESUC

Tabel 5
Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan data pada tabel 5, sehingga didapatkan model sebagai berikut :
Berdasarkan tabel diatas

$$Y = 3,634 + 0,116X_1 + 0,142X_2$$

Y : Minat Menjadi Peserta

X₁ : Persepsi

X₂ : Preferensi

- Nilai konstanta sebesar 3,634 menyatakan bahwa jika variabel persepsi dan preferensi konstan atau 0, maka nilai minat menjadi peserta sebesar 3,634. Konstanta positif ini berarti terjadi peningkatan minat menjadi peserta sebesar 3,634.
- Nilai koefisien regresi persepsi untuk variable x₁ sebesar 0,116 artinya apabila meningkat nilai persepsi sebesar 1%, maka tingkat pada minat menjadi peserta akan meningkat sebesar 0,116..
- Nilai koefisien regresi preferensi untuk variable x₂ sebesar 0,142 artinya apabila meningkat nilai preferensi sebesar 1%, maka tingkat pada minat menjadi peserta akan meningkat sebesar 0.142

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	1.429	3.634		.393	.696		
1 Persepsi	.668	.116	.576	5.771	.000	.983	1.017
Preferensi	.262	.142	.185	1.851	.069	.983	1.017

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Peserta

Pengaruh Persepsi (X1) Atas Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musytarakah berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Nilai sig variable persepsi $0,000 < 0,05$ dan nilai

$t_{hitung} 5,771 > t_{table} 1,66980$. Artinya apabila persepsi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musytarakah memuaskan maka semakin banyak pula yang berminat untuk menjadi peserra asuransi syariah.

Pengaruh Preferensi (X2) Atas Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah Terhadap Minat (X2) jadi Peserta Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musytarakah berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Nilai sig variabel preferensi $0,029 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,851 > t_{table} 1,66980$. Artinya apabila preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musytarakah meluas maka semakin banyak pula yang berminat untuk menjadi peserra asuransi syariah.

Pengaruh Persepsi (X1) dan Preferensi (X2) Atas Bagi Hasil Pembiayaan Mudharabah Musytarakah Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah

Berdasarkan hasil secara determinant pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Hal ini terlihat pada angka R Square sebesar 0,593 atau 59,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musytarakah berpengaruh sebesar 59,3% terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variable atau faktor lain diluar penelitian.

Persepsi dan preferensi merupakan dua hal penting yang menjadi pertimbangan keputusan untuk menjadi peserta asuransi syariah. Persepsi peserta yang bagus tentang bagi hasil mudharabah musytarakah akan membuat peserta lebih yakin untuk memakai asuransi syariah. Preferensi atas bagi hasil

mudharabah musyarakah yang meluas akan membuat semakin banyak peserta yang akan memakai asuransi syariah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan variabel Persepsi (X1) dan preferensi (X2), terhadap minat menjadi pesertra asuransi syariah (Y) (Studi Kasus Guru SMA Yayasan Perguruan Islam Cerdas Murni Tembung) dan seberapa besar hubungannya, berdasarkan dari analisis data.

1. Berdasarkan hasil secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musyarakah berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Nilai sig variable persepsi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,771 > t_{table} 1,66980$. Artinya apabila persepsi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musyarakah memuaskan maka semakin banyak pula yang berminat untuk menjadi peserta asuransisyariah.
2. Berdasarkan hasil secara parsial pada penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musyarakah berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Nilai sig variabel preferensi $0,029 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,851 > t_{table} 1,66980$. Artinya apabila preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musyarakah meluas maka semakin banyak pula yang berminat untuk menjadi peserra asuransisyariah.
3. Berdasarkan hasil secara determinant pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah. Hal ini terlihat pada angka R Square sebesar 0,593 atau 59,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi atas bagi hasil pembiayaan mudharabah musyarakah berpengaruh sebesar 59,3% terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah sisanya 40,7% dipengaruhi oleh variable atau faktor lain diluarpenelitian.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penulis mengemukakan beberapa saransebagai berikut :

1. Bagi perusahaan asuransi syariah
Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa peesepsi dan preferensi

SMA Cerdas Murni berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan asuransi dana pendidikan pada perusahaan asuransi syariah. Artinya, perusahaan asuransi syariah sendiri memiliki peluang untuk mempromosikan produk-produk asuransi syariah itu sendiri khususnya produk asuransi yang menggunakan akad bagi hasil mudharabah

2. bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan dari referensi mengenai minat menggunakan asuransi syariah pada perusahaan asuransi syariah bagi peneliti selanjutnya yang memiliki pembahasan yang serupa dengan yang penelitian yang telah peneliti lakukan.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian kedepannya dapat memperluas cakupan dan bahasannya untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lengkap tentang minat menggunakan asuransi syariah pada perusahaan asuransi syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Rahman shaleh, *Psikologi: Suatu Pengantar dalam Perspektif islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011, Cet-5,
- Abdullah, Thamrin dan Franas Tantri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2013
- Ajib Muhammad. *Asuransi Syariah*, Kuningan, Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2019
- Amin Abdullah. *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah Ditinjau Dari perbandingan Dengan Asuransi Konvensional*, Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2011
- Anhas Liliana. *Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Terhadap Minat Beli Prouk Perbankan Syariah*. Skripsi (2018),
- Arifandi, Robby Pandu. *Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah*, Skripsi (2018)
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan: FEBI UINSU Press, 2016
- Daulay, Aqwa Naser, Ilhamy, Muhammad Lathief. *Manajemen Pemasaran Asuransi Syariah*, Medan : FEBI UINSU press, 2019
- Dewan Standar Akuntansi Keuangan, *Perjanjian Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 105 Akuntansi Mudharabah*, (Jakarta: Graha Akuntan, 2011)

- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011
- Djazuli dan Janwari Yali, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010
- Dra. Suhartini, MM. *Teori Perilaku Organisasi*, Pasuruan, Jawa Timur: CV. Penebit Qiandra Media, 2021
- Fatwa Dewan Syariah Nasional NO.21/DSN-MUI/X/2001 *Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.*
- Interview dengan Bapak Ibrahim Arbi tanggal 24 Agustus 2021
- Ketua Badan Pengawas dan Lembaga Keuangan (Bapepan LK) Nomor : PER- 03/BI/2007, Pasal 3, ayat (3)
- Mardani. *Fikih Ekonomi Syariah*. Jakarta : Kencana 2012
- Muhammad Hanafi Zuardi, *"Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil di Bank Syariah Kota Cirebon"*Sikripsi, Ekonomi Islam IAIN Metro Lampung, 2013
- Nurul Iflaha. *Konsep Akad Mudharabah Musytarakan Dalam Ekonomi Islam*
Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol, 1 No. 1, Desember 2012
- Saharuddin Desmadi. *Pembayaran Ganti Rugi Pada Asuransi Syariah*, Jakarta: Kencana,2016
- Soemitra Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Cetakan ke-8*, Depok: Kencana,2017
- Sujarweni,V.Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015
- Sula, Muhammad Syakir *AAIJ, FIIS. Asuransi Syariah (Life and General)*.
Jakarta: Gema Insani. 2016
- Sula, Muhammad Syakir. *Asuransi Syariah (Life and General) : Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Press, 2014
- Sumarwan Ujang, Djiptono Fandy. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Ekonomi*, Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2018
- Syafi'i. *Implementasi Produk Tabungan Umum Syariah di KJKS BMT UGT Sidogiri cabang Pembantu Tlanakan Pamekasan*. Jurnal Iqtishadina Vol.2 No. 2 (Desember 2015)
- Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*. Bogor: PT.

ManBiz: Journal of Management & Business

Volume 2 Nomor 1 (2023) 62-80 E-ISSN 2829-9213

DOI: 10.47467/manbiz.v1i2.1793

Berkat Mulia Insani, 2016

Wibisaputra, Adiztya. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG (Di PT. Candi Agung Pratama), Semarang:Skripsi, Universitas Diponegoro, 2011*

Wiroso. *Produk Perbankan Syariah*. Jakarta: LPEF, 2011

Thoha Mitahul. *Perilaku Organisasi konsep Dasar dan Aplikasinya* Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2017

Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011

Yusrizal, Fauzi Arif Lubis, *Potensi Asuransi Syariah di Sumatera Utara*, Vol 7 No 2, Juni-Desember2020,

Zainal, Rivai Veitthzal. *Kepemimpinan dan Perilaku organisasi*, Jakarta : PT. Grafindo Persada, 2014

ManBiz: Journal of Management & Business

Volume 2 Nomor 1 (2023) 62-80 E-ISSN 2829-9213

DOI: 10.47467/manbiz.v1i2.1793