

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MASYARAKAT MUSLIM UNTUK MENGADOPSI ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA

Hasan Al-Banna^{1*}, Achmad Nurdany²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia

Email: hasan.bana@uin-suka.ac.id, achmad.nurdany@uin-suka.ac.id

Abstract: The growth of Islamic insurance in Indonesia has experienced significant growth. On the other hand, the market share of Islamic insurance in Indonesia is still at 5%. As a country with a Muslim majority population, it is essential to know the factors that influence the interest of Muslims to adopt Sharia insurance in Indonesia. In this study, the author tries to analyze the factors that influence a Muslim's interest in adopting Sharia insurance in Indonesia. This study uses the theory of the planned behavior approach. The study results show that the variables of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control have a positive and significant influence on the interest of a Muslim to adopt Sharia insurance in Indonesia. The theory of planned behavior is the main factor for Muslim communities to use sharia insurance. Islamic insurance companies need to pay attention to subjective norms, perceived moral control, and public attitudes in promotions to increase the number of new customers.

Keywords: insurance, sharia insurance, theory of planned behavior.

Abstrak: Pertumbuhan asuransi Syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada sisi lain, *market share* asuransi Syariah di Indonesia masih di angka 5%. Sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim, maka penting untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat seorang muslim untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia. Pada penelitian ini, penulis mencoba menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat seorang muslim untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan *theory of planned behavior*. Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya variable sikap, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat seorang muslim untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia. Theory of planned behavior merupakan faktor utama masyarakat muslim menggunakan asuransi syariah. Perusahaan asuransi syariah perlu memperhatikan *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan sikap masyarakat dalam melakukan promosi untuk menambah jumlah nasabah baru.

Kata Kunci: asuransi, asuransi Syariah, theory of planned behavior

PENDAHULUAN

Pertumbuhan IKNB Syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Pada tahun 2018 pertumbuhan aset IKNB syariah di Indonesia mencapai 24% (yoy). Pertumbuhan tersebut meningkat 5.89% dibanding pertumbuhan pada tahun 2017. Adapun aset IKNB syariah per tahun 2018 mencapai Rp97.12 Triliun dengan kontribusi aset IKNB syariah terbesar dimiliki oleh Asuransi Syariah sebesar Rp41.96 triliun. Selain memiliki aset kontribusi terbesar secara aset, Asuransi Syariah di Indonesia juga memiliki pertumbuhan yang cukup signifikan (OJK, 2018). Di sisi lain, *market share* Asuransi Syariah secara nasional hanya di angka 5.7%, meskipun Asuransi Syariah memiliki kontribusi aset yang terbesar.

Kecilnya *market share* Asuransi Syariah di Indonesia disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya adalah minimnya permodalan yang dimiliki oleh Asuransi Syariah di Indonesia, rendahnya kesadaran masyarakat Indonesia akan pentingnya asuransi, rendahnya aksesibilitas masyarakat terhadap produk asuransi syariah dan juga sedikitnya produk-produk asuransi syariah yang bisa dijangkau oleh masyarakat kelas menengah ataupun menengah kebawah (Ramadhani, 2015). Selain itu, literasi masyarakat Indonesia tentang asuransi juga masih sangat kecil. Menurut survei nasional literasi keuangan nasional (SNLKI) pada tahun 2016, inklusi asuransi di tengah masyarakat Indonesia hanya 12,08% dan hanya naik 0,21% dari tahun 2011. Kemudian, indeks literasi dan inklusi asuransi Syariah di Indonesia hanya 2,51% dan 1,92% (OJK, 2016). Dari survei yang dilakukan oleh OJK tersebut kita bisa mengetahui bahwa, inklusi asuransi secara umum masih sangat kecil terlebih lagi inklusi dan literasi asuransi syariah di Indonesia. Meskipun demikian, Indonesia sebagai populasi muslim terbesar di dunia memiliki peluang yang besar untuk pertumbuhan asuransi syariah.

Di sisi lain, ada beberapa faktor yang memengaruhi minat seseorang terhadap penggunaan Asuransi Syariah. Sebagaimana yang dikatakan oleh (Ajzen, 1991) bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh sikap, *subjective norm* dan juga *perceived behavioral control* atau yang kemudian dikenal dengan *theory of planned behavior* (TPB). TPB banyak digunakan untuk melihat perilaku seseorang terhadap sesuatu termasuk minat terhadap asuransi syariah. Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh (Bhatti, Tariq, 2020) (Kazaure, 2017) menemukan bahwa minat seseorang terhadap penggunaan asuransi syariah dipengaruhi oleh pengaruh sosial, sikap dan juga *perceived behavioral control*. Sementara itu menurut (A. Husin, 2016) (Raza et al., 2019) *subjective norm*, *perceived behavioral control* dan sikap merupakan faktor yang paling kuat memengaruhi minat seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah. Selain itu (Hassan, 2019) (Echchabi, Lukman, 2014) berpendapat bahwa faktor yang memengaruhi minat seseorang terhadap asuransi syariah ada adalah keuntungan, pengaruh social dan *compatibility*. Sedangkan (Khumaini & Husein, 2020) menemukan bahwa persepsi memengaruhi asuransi Syariah. Bagaimanapun, penggunaan TPB untuk melihat minat seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah di Indonesia masih terbatas.

Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis minat masyarakat Indonesia dalam mengadopsi asuransi syariah menggunakan *theory of planned behavior* (TPB). Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi pertumbuhan asuransi syariah yang meyakinkan. Terlebih asuransi syariah di Indonesia menjadi kontributor terbesar dari sisi aset dan pertumbuhan untuk sektor IKNB Syariah (Industri Keuangan Non-Bank). Penelitian ini juga memberikan kontribusi kepada pada akademisi dan praktisi. Untuk akademisi, penelitian ini menambah khazanah keilmuan khususnya di bidang asuransi syariah. Sementara bagi praktisi, penelitian ini dapat menjadi landasan menentukan kebijakan untuk mengambil minat masyarakat muslim Indonesia untuk mengadopsi asuransi syariah. Selanjutnya, pada penelitian ini mencakup lima bagian. Bagian pertama adalah latar belakang, bagian dua adalah *literature review*, bagian tiga adalah metodologi penelitian, bagian empat adalah analisis dan pembahasan dan bagian lima adalah kesimpulan dan saran.

TINJAUAN LITERATUR

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of planned behavior pertama kali dicetuskan oleh (Ajzen, 1991). Pada dasarnya teori ini merupakan derivasi dari *theory of reason action* yang kemudian disempurnakan menjadi *theory of planned behavior*. Menurut (Ajzen, 1991) *Theory of planned behavior* mempostulatkan tiga prediksi dari perilaku yaitu sikap, pengaruh sosial (*subjective norm*) dan *perceived behavioral control*. Sikap mendefinisikan sebagai perasaan senang atau tidak senang seseorang dalam berperilaku. Sementara *subjective norm* didefinisikan sebagai tekanan sosial yang membuat seorang untuk bertindak atau tidak. Sedangkan *perceived behavioral control* didefinisikan sebagai persepsi kemudahan atau kesulitan seseorang untuk melakukan sebuah tindakan.

TPB menjadi salah satu teori yang populer untuk memprediksi perilaku seorang terhadap sesuatu (Ajzen, 2002) (Conner & Armitage, 1998). Menurut (Rise et al., 2010) berpendapat bahwa perilaku seorang dapat diketahui dengan menggunakan TPB. Kemudian, banyak penelitian terdahulu yang membuktikan bahwasanya perilaku seorang dipengaruhi oleh TPB termasuk perilaku seseorang terhadap minatnya mengadopsi asuransi syariah. (M. M. Husin & Rahman, 2013) menemukan bahwa minat seorang untuk mengadopsi asuransi syariah dipengaruhi tidak hanya oleh TPB melainkan juga dipengaruhi oleh faktor demografi, pengetahuan konsumen, faktor situasional, dan juga tingkat religius seorang. Kemudian (Kazaure, 2017) menemukan bahwa TPB memengaruhi perilaku seorang untuk mengadopsi asuransi kesehatan di Nigeria.

Selanjutnya (Bhatti, Tariq, 2020) (Raza et al., 2019) berpendapat bahwa sikap, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* merupakan faktor terkuat bagi seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah. Selain itu, (A. Husin, 2016) berpendapat bahwa tidak hanya TPB yang memengaruhi perilaku seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah keluarga tetapi juga kesadaran konsumen, pengetahuan konsumen, dan juga *exposure*. Meskipun demikian, (Hassan,

2019) (Echchabi, Lukman, 2014) berpendapat bahwa perilaku seseorang dalam mengadopsi asuransi syariah dipengaruhi oleh keuntungan, *compatibility*, pengaruh sosial, kesadaran konsumen, dan religiusitas.

Pengembangan Hipotesis

Pertumbuhan asuransi di Indonesia sangat signifikan. Bahkan asuransi merupakan satu satunya industry keuangan non-bank yang memiliki pertumbuhan aset mencapai Rp 41.96 triliun (OJK, 2018). Di sisi lain, literasi dan inklusi asuransi syariah di Indonesia tidak mencapai 5% (Ojk, 2016). Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia belum memiliki pemahaman tentang asuransi syariah serta masyarakat Indonesia masih belum memiliki pengetahuan yang baik tentang asuransi dan asuransi Syariah. Selain itu, dengan aset mencapai Rp 41,96 triliun, asuransi dan asuransi syariah di Indonesia belum bisa melakukan penetrasi ke seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Hal tersebut menjadi kendala dari pertumbuhan dan minat masyarakat terhadap asuransi.

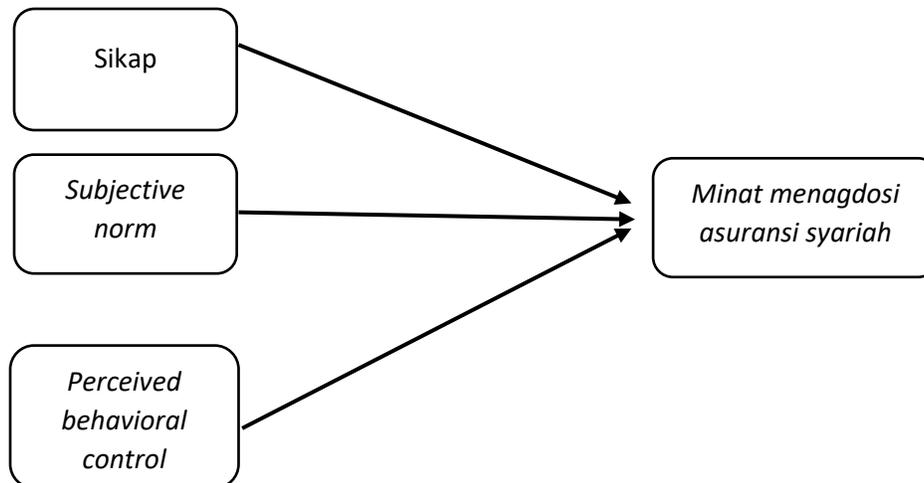
Minat seseorang untuk bergabung dengan asuransi syariah dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut (A. Husin, 2016) menemukan bahwa selain TPB (*Theory of planned behavior*), minat seseorang untuk bergabung dengan asuransi dipengaruhi oleh kesadaran individu untuk berasuransi, pengetahuan tentang asuransi syariah dan *eksposure industry* asuransi syariah itu sendiri. Sementara (Hassan, 2019), berpendapat bahwa manfaat asuransi syariah, *compatibility*, pengaruh sosial dan religiusitas yang memengaruhi minat seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah di Pakistan. Berbeda dengan, (Kazaure, 2017) berpendapat bahwa sikap *subjective norm and perceived behavioral control* memengaruhi minat seseorang dalam asuransi kesehatan syariah di Nigeria. Kemudian, (Raza et al., 2019) menemukan bahwa *theory of planned behavior* merupakan prediksi terkuat untuk menentukan minat seorang untuk mengadopsi asuransi syariah di Pakistan. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan hipotesis bahwa:

- H1: sikap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim untuk bergabung dengan asuransi Syariah
- H2: *subjective norm* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim untuk bergabung dengan asuransi Syariah
- H3: *perceived behavioral control* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat muslim untuk bergabung dengan asuransi Syariah

Model Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mencoba menganalisis tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat seseorang terhadap asuransi syariah. Penelitian ini menggunakan *theory of planned behavior* yang telah dikembangkan oleh (Ajzen, 1991), di mana minat seorang terhadap sesuatu dapat dipengaruhi oleh sikap, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*.

Bagan 1.
Model Penelitian



Gambar di atas merupakan model penelitian, dimana TPB menjadi dasar dari penelitian ini. Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa sikap, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* menjadi prediksi (*independent variable*) dari minat untuk mengadopsi asuransi syariah (*dependent variabel*).

METODE PENELITIAN

Data pada penelitian ini diambil menggunakan data primer yang didapat dari kuesioner. Adapun pengukuran kuesioner yang dibagikan menggunakan skala likert dari nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai nilai 4 (sangat setuju). Kemudian, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *probability sampling* yang artinya adalah setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh masyarakat Muslim di Indonesia. Adapun sampel pada penelitian ini berjumlah 414 responden yang selanjutnya data akan diolah menggunakan PLS-SEM diaplikasi Smart PLS.

Selanjutnya, setelah data terkumpul maka data akan dianalisis menggunakan PLS-SEM (Partial Least Square-Structural Equation Modelling). PLS-SEM merupakan alat analisis yang sering digunakan untuk penelitian bisnis dan sosial (Hair et al., 2014). Terdapat dua tahapan analisis pada PLS SEM, yang pertama adalah outer model dan yang kedua adalah inner model.

Pada outer model, peneliti menghitung reliabilitas dan validitas data. Reabilitas data dapat dilihat dari nilai cronbach alpha dan juga composite reliability. Sebuah data dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha >0.6 dan nilai composite reliability >0.7. sedangkan validitas data dapat dilihat dari nilai AVE (average variance extracted) dimana nilai AVE harus lebih besar dari >0.50 agar data dikatakan valid (Hair et al., 2011).

Selanjutnya pada inner model, kami mengestimasi uji hipotesis dan uji model. Uji model pada PLS-SEM menggunakan nilai R^2 . Dimana nilai R^2 mengindikasikan determinasi variabel dependen terhadap variabel independen. Pada penelitian perilaku konsumen nilai R^2 dikategorikan menjadi 0.25, 0.50 dan 0.75 dimana 0.25 mengindikasikan pengaruh yang lemah sedangkan 0.50 mengindikasikan pengaruh yang moderate dan 0.75 mengindikasikan pengaruh yang kuat antara variabel dependen terhadap variabel independen. Selanjutnya uji hipotesis menggunakan nilai *critical value* (t-value) dan p-value. Nilai signifikansi pada penelitian ini adalah 5% (1.98). Kemudian, hipotesis diterima jika nilai *t-value* lebih besar dari t-tabel ($t\text{-value} > 1.98$) dan nilai p-value lebih kecil dari 0.05 ($p\text{-value} < 0.05$) (Hair et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Metodologi pada penelitian ini menggunakan PLS-SEM dimana terdapat dua tahapan untuk mengolah data. Pertama adalah *outer model*, pada outer model kami menghitung reliabilitas dan validitas data, sedangkan pada inner model menggunakan uji R^2 dan uji hipotesis (Hair et al., 2014).

Outer Model

Pada outer model, peneliti menghitung reliabilitas dan validitas data. Kemudian, reliabilitas data dihitung menggunakan nilai cronbach's alpha dan composite reliability. Data dikatakan reliable jika nilai cronbach's alpha > 0.6 dan nilai composite reliability > 0.7 . Sedangkan validitas data dihitung menggunakan nilai AVE (Average Variance Extraced). Data dikatakan valid jika nilai AVE > 0.5

Tabel 1
Validitas dan reliabilitas data

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Sikap	0.892	0.926	0.760
Minat untuk mengadopsi asuransi syariah	0.946	0.961	0.861
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.702	0.869	0.768
<i>Subjective Norm</i>	0.881	0.927	0.808

Tabel di atas menjelaskan tentang validitas dan reabilitas data. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian adalah reliable. Untuk reliabilitas data, variable sikap memiliki nilai cronbach's alpha sebesar $0.892 > 0.6$ dan composite reliability sebesar $0.926 > 0.7$. Kemudian variabel minat untuk mengadopsi memiliki nilai cronbach's alpha sebesar $0.946 > 0.6$

dan nilai composite reliability sebesar $0.961 > 0.7$. Sedangkan variabel *subjective norm* memiliki nilai cronbach's alpha sebesar $0.881 > 0.6$ dan composite reliability sebesar $0.927 > 0.7$. Selanjutnya variabel *perceived behavioral control* memiliki nilai cronbach's alpha sebesar $0.702 > 0.6$ dan nilai composite reliability sebesar $0.869 > 0.7$. Untuk validitas data, seluruh variabel penelitian adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai AVE dari setiap variabel penelitian. Dimana, variabel sikap memiliki nilai AVE sebesar $0.760 > 0.5$. Sedangkan variabel minat untuk mengadopsi memiliki nilai AVE sebesar $0.861 > 0.5$. Kemudian variabel *perceived behavioral control* memiliki nilai sebesar $0.768 > 0.5$. dan variabel *subjective norm* memiliki nilai $0.808 > 0.5$. Maka dengan demikian data pada seluruh variabel penelitian adalah valid dan reliable.

Inner Model

Pada uji inner model, kami menghitung nilai R^2 dan uji hipotesis pada uji *path coefficients*. Dimana nilai R^2 0.25, 0.50 dan 0.75 mengindikasikan hubungan antara variabel exogenous dan variabel endogenous adalah lemah, moderate dan kuat.

Table 2
Nilai R^2

	R Square	R Square Adjusted
Minat untuk mengadopsi asuransi syariah	0.600	0.597

Pada tabel di atas menjelaskan besaran nilai R^2 . Di mana nilai R^2 pada penelitian ini sebesar 0.597. Selanjutnya nilai tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel exogenous dan variabel endogenous adalah *moderate*. Atau dengan kata lain sebesar 59.7% variabel endogenous dipengaruhi oleh variabel exogenous. Adapun 40.3% dari penelitian ini dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang telah diteliti.

Tabel 3
Uji hipotesis

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
attitude -> int	0.212	3.918	0.000*
pbc -> int	0.520	9.625	0.000*
sn -> int	0.156	3.406	0.001*

*Signifikan pada level 1%, **signifikan pada level 5%, ***signifikan pada level 10%

Pada tabel di atas menjelaskan tentang pengaruh antara variabel exogenous dan variabel endogenous. Seluruh variabel exogenous memengaruhi variabel endogenous pada level

signifikan 1% ($p\text{-value} \leq 0.01$). Di mana variabel sikap memiliki nilai $p\text{-value}$ 0.000 yang bermakna bahwa variabel sikap memengaruhi variabel minat untuk mengadopsi (int) secara positif dan signifikan pada level 1% ($0.000 \leq 0.01$). Sedangkan variabel *perceived behavioral control* (pbc) memiliki nilai $p\text{-value}$ sebesar 0.000. Dengan demikian variabel *perceived behavioral control* (pbc) memengaruhi variabel minat untuk mengadopsi asuransi syariah (int) secara positif signifikan pada level 1% ($0.000 \leq 0.01$). kemudian variabel *subjective norm* (sn) memiliki nilai $p\text{-value}$ sebesar 0.001 yang bermakna bahwa variabel *subjective norm* memengaruhi variabel minat untuk mengadopsi asuransi syariah (int) secara positif dan signifikan pada level 1%. ($0.001 \leq 0.01$).

Sikap terhadap Minat Mengadopsi Asuransi Syariah

Sikap menurut (Ajzen, 1991) adalah sikap senang atau tidak senang seorang untuk melakukan sesuatu. Pada penelitian ini, sikap memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi syariah secara positif dan signifikan. Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia merasa senang untuk mengadopsi asuransi syariah. Karena sikap seorang terhadap sesuatu menunjukkan prediksi perilakunya. Sikap yang negatif terhadap sesuatu akan mendorong seseorang untuk tidak melakukan sesuatu begitu juga sebaliknya (M. M. Husin & Rahman, 2013). Dengan demikian, sikap masyarakat terhadap kehadiran asuransi syariah di Indonesia adalah tidak menolak dan masyarakat merasa diuntungkan dengan adanya asuransi syariah di Indonesia. Selain itu, adanya sikap masyarakat yang positif terhadap asuransi syariah di Indonesia membuat pertumbuhan asuransi Syariah di Indonesia tumbuh sangat signifikan setiap tahunnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Raza et al., 2020) (Nasira et al., 2021) (Razak et al., 2018) menemukan bahwa sikap memengaruhi minat masyarakat muslim untuk mengadopsi asuransi syariah. Hasil penelitian ini berimplikasi bahwa perusahaan asuransi syariah perlu menyusun strategi prososiasi yang tepat guna meningkatkan sikap positif masyarakat. Selain itu, sikap masyarakat yang positif didapat dari pengetahuan dan kesadaran mereka akan adanya asuransi syariah itu sendiri (Parveen, 2021) (Nasira et al., 2021). Dengan demikian, sikap positif masyarakat terjadi karena adanya pengetahuan masyarakat akan asuransi syariah. Perusahaan asuransi syariah perlu meningkatkan kesadaran masyarakat melalui program promosi yang terstruktur dan perlunya inovasi produk asuransi syariah yang *affordable* bagi semua kalangan masyarakat. Karena selama ini produk asuransi hanya mampu dibeli oleh masyarakat dengan kondisi ekonomi menengah ke atas.

Subjective Norm terhadap Minat Mengadopsi Asuransi Syariah

Kemudian, minat masyarakat Indonesia dipengaruhi oleh *subjective norm*. Menurut (Ajzen, 1991), *subjective norm* didefinisikan sebagai pengaruh sosial untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini, *subjective norm* memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia secara positif dan signifikan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa

pengaruh sosial di kalangan masyarakat muslim Indonesia memiliki *pressure* untuk mengadopsi asuransi Syariah. Selanjutnya pengaruh sosial yang memengaruhi seorang untuk melakukan sesuatu dapat berupa *word of mouth* ataupun referensi dari media (M. M. Husin & Rahman, 2013). Maka dari itu perlu adanya pengalaman yang positif bagi masyarakat muslim Indonesia terhadap asuransi Syariah. Dengan pengalaman positif tersebut maka masyarakat akan menularkan pengalaman tersebut kepada orang lain (*word of mouth*) yang mana secara tidak langsung akan meningkatkan minat masyarakat muslim Indonesia untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari (Raza et al., 2020) (Nasira et al., 2021) (Razak et al., 2018) (Kazaure & Abdullah, 2019). *Subjective norm* merupakan salah satu hal yang penting bagi seorang untuk melakukan keputusan. Validasi dari orang lain merupakan salah satu cara untuk meyakinkan seorang dalam keputusannya. Maka dari itu, penting bagi masyarakat muslim yang telah mengadopsi asuransi syariah lebih awal untuk merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya. Pembentukan strategi marketing yang pas diperlukan bagi asuransi syariah untuk menjaring nasabah baru dari masyarakat muslim.

Perceived Behavioral Control Terhadap Minat Mengadopsi Asuransi Syariah

Selanjutnya, minat masyarakat muslim Indonesia untuk mengadopsi asuransi syariah juga dipengaruhi oleh *perceived behavioral control*. PBC menurut (Ajzen, 1991) didefinisikan sebagai mudah atau sulitnya perilaku seorang untuk dilakukan. Dengan kata lain, seorang merasa memiliki sumber daya yang cukup melakukan perilaku tertentu (M. M. Husin & Rahman, 2013). Dengan demikian, maka sebenarnya masyarakat muslim Indonesia tidak merasa kesulitan untuk mengadopsi asuransi syariah di Indonesia, dan masyarakat Indonesia memiliki sumber daya yang cukup untuk mengadopsi asuransi syariah di Indonesia.

Kemudian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Ibrahim et al., 2021) (A. Husin, 2016) (Kazaure, 2017) (Hassan, 2019) (Raza et al., 2019) (Bhatti, Tariq, 2020) bahwasanya sikap, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* memengaruhi minat seseorang untuk mengadopsi asuransi syariah. Selanjutnya, sikap dan *perceived behavioral control* menjadi variable yang paling memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi Syariah dengan nilai *p-value* sebesar 0.000 ($p < 0.01$) dengan tingkat signifikansi pada level 1% (0.1). Dari hasil penelitian ini mengimplikasikan bahwa kemudahan akses terhadap asuransi syariah menjadi kunci untuk asuransi syariah untuk menjadring konsumen baru. (Rizwan & Al-Malkawi, 2021) menemukan bahwa persepsi masyarakat memengaruhi minat untuk menagdopsi asuransi syariah di UEA. Maka dengan demikian, menumbuhkan persepsi yang mudah dan positif kepada masyarakat dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi asuransi syariah. Kemudian digitalisasi asuransi syariah juga bisa menjadi jalan alternatif untuk meningkatkan kemudahan masyarakat untuk mengakses asuransi syariah.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi minat seorang untuk mengadopsi asuransi Syariah di Indonesia menggunakan *theory planned behavior*. Hasil dari penelitian ini adalah variable sikap, subjective norm, dan perceived behavioral control memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi syariah di Indonesia. Dengan dapat disimpulkan bahwa seluruh variable TPB memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi syariah secara positif dan signifikan pada level 1%. Selanjutnya, variable sikap dan PBC menjadi variable yang paling memengaruhi minat untuk mengadopsi asuransi Syariah dengan *p-value* sebesar 0.000.

Hasil penelitian ini berimplikasi pada strategi promosi yang dilakukan asuransi syariah untuk menyesuaikan dengan sikap dan perceived behavioral control, karena merupakan prediksi terbaik untuk melihat perilaku konsumen. Selain itu, digitalisasi asuransi syariah mampu menjadi alternatif solusi bagi asuransi syariah untuk menjaring konsumen baru dan mempertahankan konsumen yang lama. Selain itu, guna meningkatkan peserta asuransi syariah maka pihak instansi perlu menumbuhkan kesan dan pengalaman yang positif bagi peserta asuransi Syariah yang telah bergabung. Maka secara tidak langsung kesan dan pengalaman yang positif dapat dibagikan kepada seluruh masyarakat dan secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah partisipan dari asuransi Syariah di Indonesia.

REFERENSI

- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Bhatti, Tariq, H. (2020). *An investigation of the effect of customer beliefs on the intention to participate in family Takaful schemes*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0066>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- Echchabi, Lukman, A. (2014). *Islamic insurance prospects in Tunisia in the wake of the Jasmine revolution A survey from customers' perspective*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2012-0032>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hassan, S. (2019). *Factors influencing the investors' intention to adopt Takaful (Islamic insurance) products A survey of Pakistan*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0064>
- Husin, A. (2016). *Do Muslims intend to participate in Islamic insurance? Analysis from theory of*

- planned behaviour*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2014-0012>
- Husin, M. M., & Rahman, A. A. (2013). What drives consumers to participate into family takaful schemes? A literature review. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 264–280. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2012-0019>
- Ibrahim, M. A., Nor, A. M., Rizal, R., & Raja, I. (2021). Contractor Intention on Contractors' All Risk Takaful Product in Malaysian Construction Industry Contractor Intention, Con- Risk Takaful Product, Shari' ah Com- pliant. *Journal of Accounting Research, Organization and Economics*, 4(1), 76–91.
- Kazaure, M. A. (2017). *Extending the theory of planned behavior to explain the role of awareness in accepting Islamic health insurance (takaful) by microenterprises in northwestern Nigeria*. 607–620. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2017-0113>
- Kazaure, M. A., & Abdullah, A. R. (2019). the Microenterprising Size and Acceptance of Islamic Health Insurance (Takaful) in Northwestern Nigeria. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 541–558. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1153>
- Khumaini, S., & Husein, M. T. (2020). Persepsi Dan Minat Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah Di Kabupaten Tangerang. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(2), 86. [https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(2\).86-93](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(2).86-93)
- Nasira, N. F., Roslin, R. M., Nasir, M. N. F., Nasir, M. F., Nasir, M. A., & Mohamed, N. A. (2021). Investigating Knowledge as a Possible Predictor of Purchase Intention among Muslims in Malaysia for Life Insurance and Takaful. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(2), 727–740. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i2/8880>
- Ojk. (2016). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*.
- OJK. (2018). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*.
- Parveen, T. (2021). *DEVELOPING AN INVESTMENT PREFERENCE MODEL FOR FAMILY TAKAFUL INVESTMENT LINKED PLAN IN KLANG VALLEY, MALAYSIA BY TAMIZA PARVEEN A dissertation submitted in fulfilment of the requirement for the degree of Doctor of Philosophy (Business Administration) K. April*.
- Ramadhani, H. (2015). Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. *Al-Tijary IAIN Samarinda*, 1. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.21093/at.v1i1.422>
- Raza, S. A., Ahmed, R., Ali, M., & Qureshi, M. A. (2019). *In fl uential factors of Islamic insurance adoption : an extension of theory of planned behavior adoption*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0047>
- Raza, S. A., Ahmed, R., Ali, M., & Qureshi, M. A. (2020). Influential factors of Islamic insurance adoption: an extension of theory of planned behavior. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1497–1515. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0047>
- Razak, A. A., Muhammad, F., Hussin, M. Y. M., Ramdan, M. R., & Hadi, F. S. A. (2018). Applying Ajzen's Theory of Planned Behaviour on the Participation of Micro-Entrepreneurs in Micro-Takaful. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), 1666–1679. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i11/5340>
- Rise, J., Sheeran, P., & Hukkelberg, S. (2010). The role of self-identity in the theory of planned behavior: A meta-analysis. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1085–1105. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00611.x>
- Rizwan, S., & Al-Malkawi, H. A. N. (2021). Development of a conceptual model to understand the

purchase intentions of takaful (islamic insurance) customers. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 42(1).