

PENGARUH *COVID-19* TERHADAP MOTIVASI MASYARAKAT DALAM BERASURANSI DI BANJARMASIN

Melinda¹, Agus Purnomo², M. Qoshid Al Hadi³

Ekonomi Syariah, Fakultas Studi Islam,
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

E-mail: melindameli0321@gmail.com

ABSTRAK

Masyarakat ingin gabung menjadi nasabah asuransi jiwa syariah akibat adanya persepsi risiko *Covid-19* terhadap kehidupan yang akan datang, adapun risiko-risiko yang dialami dalam kehidupan tersebut antara lain adalah risiko finansial, risiko sosial, risiko psikologis dan risiko waktu. Motivasi masyarakat ingin menjadi nasabah asuransi jiwa syariah antara lain adalah keyakinan terhadap produk, harga produk, manfaat produk dan kualitas produk. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh persepsi risiko *Covid-19* terhadap motivasi masyarakat dalam berasuransi jiwa syariah di Banjarmasin? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko *Covid-19* terhadap motivasi masyarakat dalam berasuransi jiwa syariah di Banjarmasin. Metodologi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan instrumen *Simple Random Sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan penyebaran angket kuesioner pada 100 responden. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan persepsi risiko *Covid-19* berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam berasuransi jiwa syariah di Banjarmasin, hal ini dibuktikan dari hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan nilai R Square 0,363 atau 36,3%.

Kata Kunci: *Persepsi Risiko, Motivasi, Berasuransi*

DAFTAR PUSTAKA

- Amrin, Abdullah. (2006). *Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Askin Zainal, Amirudin. (2003). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Asuransi Jasindo Syariah. (2020, Oktober 06). *Hukum Asuransi Syariah Menurut MUI*. <https://www.jasindosyariah.co.id/blog/artikel/hukum-asuransi-syariah-menurut-mui>. Dikutip pada 21 Maret 2022 pukul 13.29 Wita.
- Fuadi, dkk. (2021). *Ekonomi Syariah*. Cetakan 1. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Febriani Yusuf, Ferdiah. (2017). *Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berasuransi Jiwa Pada Masyarakat Gerbang Kertosusila*. Surabaya: Artikel Ilmiah STIEP Surabaya.
- Gunawan, Melissa. (2017). *Analisa Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Di AIRBNB*. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. 5 (2).
- Gurusinga, Raymonta. (2021). *Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Kelangsungan UMKM Studi Pada Kabupaten Karo*. Medan: Skripsi Universitas Medan Area Medan.
- Hartono, Sri Rejeki. (2015). *Hukum Asuransi Dan Perusahaan Asuransi*. Cet. Ke-3. Jakarta: Sinar Grafika.
- Hasibuan, S. P Malayu. (2004). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah Edisi Revisi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hayu Waseso, Demartha, Darmastuti, Ismi. (2013). *Perilaku Konsumen Untuk Mengakses Suara Merdeka.Com*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi. 10 (2).
- Hermawan, Asep. (2006). *Penelitian Bisnis Paragigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Husein Duha, Idris Said. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Asuransi Syariah Jasindo Takaful (Studi Kasus Pada PT Jasa Asuransi Indonesia Pematang Siantar)*. Banten: Skripsi UINSU Medan.
- Melati, Ina. (2020). *Penggunaan Teori Motivasi Perlindungan untuk Menjelaskan Fenomena Panic Buying di Periode Awal Terjadinya Pandemi COVID-19*. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Mulia Putri, Vanya Kurnia. (2021, November 10). *Pengertian Hipotesis Menurut Para Ahli, Fungsi, Ciri, dan Manfaatnya*, <https://www.kompas.com/skola/read/2021/11/10/140000969/pengertian-hipotesis-menurut-para-ahli-fungsi-ciri-dan-manfaatnya?page=all>. Dikutip pada tanggal 22 Maret 2022 pukul 20.16 Wita.
- Mulyono, (2019, Desember 02). *Analisis Regresi Sederhana*, <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>, dikutip pada tanggal 11 Mei 2022 pukul 05.26 Wita.
- Nurchahyo, Bagus. (2018). *Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word Of Mouth (WOM) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion*. Jurnal Nusamba. 3 (1).
- Rastuti, Tuti. (2016). *Aspek Hukum Perjanjian Asuransi*. Jakarta: Medpress Digital.
- Ratriani, Virdita. (2020, September 24). *Simak Pengertian Asuransi Jiwa Dan Jenis-Jenisnya Sesuai Kebutuhan*, <https://keuangan.kontan.co.id/news/simak-pengertian-asuransi-jiwa-dan-jenis-jenisnya-sesuai-kebutuhan>. Dikutip pada tanggal 24 April 2022 pukul 10.44 Wita.
- S. Pasaribu, Udjianna. (2021). *Analisis Pengaruh Covid-19 terhadap Premi Perusahaan Asuransi Jiwa di Amerika Serikat*. Jurnal E-Prosiding Nasional| Departemen Statistika FMIPA Universitas Padjajaran, 10 (2).
- Setyaningrum, Puspasari. (2022, Maret 30). *Profil Kota Banjarmasin* <https://regional.kompas.com/read/2022/03/30/172327478/profil-kota-banjarmasin?page=all#page2>. Dikutip pada tanggal 23 Mei 2022 pukul 14.55 Wita.
- Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Sumiati, (2014). *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, 1 (2).
- Syahrul Ramadhan, Muhammad. (2022, Juli 13). *Mengenal Skala Likert: Pengertian, Contoh, dan Cara Penggunaan*, <https://m.medcom.id/amp/IKYPVrok-mengenal-skala-likert-pengertian-contoh-dan-cara-penggunaan>, dikutip pada tanggal 19 Agustus 2022 pukul 15.26 Wita.
- Syakir Sula, Muhammad. (2004). *Asuransi Syariah (Konsep dan Sistem Operasional)*. Jakarta: Gema Insani.
- Umar, Husein. (2011). *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Takaful Keluarga. (2018, Desember 17). *Halalnya Asuransi Syariah*. <https://takaful.co.id/2018/12/17/halalnya-asuransi-syariah/>. Dikutip pada tanggal 21 Maret 2022 pukul 13.31 Wita.
- Tri Cintya, Nanda. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Motivasi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Memilih Asuransi Takaful Keluarga Bengkulu*. Bengkulu: Skripsi IAIN Bengkulu.
- Vekelita, Revi Maudy. (2021, Februari 21). *Asuransi Jiwa Syariah: Manfaat, Produk, Cara Beli, dan Klaim*, <https://www.goala.app/id/blog/asuransi/jiwa/apa-itu-asuransi-jiwa-syariah/>. Dikutip pada tanggal 21 April 2022 pukul 13.34 Wita.
- Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Zain, Badudu. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.