



**TINGKAT MINAT DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP
PRODUK PRUCINTA DARI PADA PRODUK ASURANSI LAINNYA DI
PT. PRUDENTIAL SYARIAH BINJAI**

Ruli Abror¹, Fauzi Arif Lubis²

ruliabroraabrora@gmail.com¹, fauziariflubs@uinsu.ac.id²

¹²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk prucinta dari pada produk asuransi lainnya di PT Prudential Syariah Binjai. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang dilakukan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Prudential Syariah Insurance cabang Binjai sudah memiliki keterampilan yang baik dalam menjelaskan produknya kepada masyarakat. Dalam satu tahun, minat masyarakat terhadap Produk Prucinta meningkat. Ditegaskan dengan maraknya permohonan pembukaan strategi yang dilakukan di kantor Prudential Protection Syariah Bagian Binjai.

Kata Kunci: Minat , Kepercayaan Masyarakat

Abstract

This research was conducted to find out how the level of public interest and trust in Prucinta products compared to other insurance products at PT Prudential Syariah Binjai. The method used in this study is a qualitative method which was carried out on Jl. Soerkarno Hatta No. 35 East Binjai from February to March. The results of this study indicate that the Binjai branch of Prudential Syariah Insurance already has good skills in explaining its products to the public. Within one year, public interest in Prucinta's products increased. Confirmed by the rampant requests for strategy openings carried out at the Binjai Section of the Prudential Protection Syariah office.

Keywords: Interest, Public Trust in Sharia Insurance Products

PENDAHULUAN

Asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Yayasan perlindungan sebagai otoritas aset tidak jauh berbeda dengan organisasi keuangan lainnya, hanya saja perlindungan lebih dihadapkan pada pertaruhan kerentanan (Lestari dan Rahma, 2022). Agen asuransi adalah lembaga non bank yang berperan tidak jauh berbeda dengan bank, yaitu turut serta dalam pelayanan yang diberikan kepada masyarakat umum dalam mengatur pertaruhan yang akan terjadi mulai saat ini. Meskipun lembaga keuangan syariah mulai tersebar di seluruh tanah air, namun masih banyak masyarakat yang belum familiar dengan produk asuransi syariah. Di Indonesia, terdapat banyak lembaga non-bank, khususnya syariah.

Asuransi syariah adalah upaya untuk melindungi dan membantu sejumlah orang atau pihak dengan menginvestasikan aset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perjanjian) yang sesuai dengan syariah. Di Indonesia, yayasan syariah saat ini sedang berkembang pesat, baik itu asuransi maupun perbankan dan berbagai organisasi yang berpijak pada standar syariah. Pada dasarnya agen asuransi dalam pelaksanaannya secara lugas memberikan penawaran atau proposisi penjaminan atau keamanan dan kepercayaan di kemudian hari kepada orang-orang atau perkumpulan-perkumpulan di arena publik atau instansi-instansi lain, atau kemungkinan mengalami musibah lanjutan karena peristiwa peristiwa yang tidak ditentukan. atau tidak pasti (Leliya dan Maya Kurniasari, 2016).

Ada miskonsepsi yang meluas bahwa asuransi berbasis syariah hanya memiliki label syariah sedangkan isi atau kegiatan operasionalnya identik dengan asuransi konvensional. Hal ini menimbulkan tuduhan bahwa asuransi berbasis syariah hanya memiliki label syariah, padahal masyarakat mengkhawatirkan penerapan sistem manajemen syariah yang tidak sesuai dengan syariah Islam. Religiusitas, produk, harga premi, pendapatan, lokasi, dan kelompok referensi merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan asuransi berbasis syariah. Religiusitas seseorang atau individu adalah keterikatan mereka dengan agama yang dianutnya. Jika seseorang atau individu telah menginternalisasi setiap perintah agama, maka perintah agama tersebut akan berdampak pada kehidupannya sehari-hari (Rahmania, 2020).

Selain legalitas, ada beberapa faktor yang mempengaruhi individu dalam memilih suatu barang, salah satunya adalah biaya. Harga tersebut dapat disebut sebagai premi dalam asuransi syariah. Dalam memutuskan berapa banyak premi

yang akan dibayarkan oleh klien yang akan datang, itu akan diputuskan berdasarkan jumlah total yang dilindungi, yang membahas gambaran penjamin

tentang taruhan yang diturunkan kepadanya, penilaian inklusi berfluktuasi, karena dipengaruhi dengan hukum pasar organik.

Asuransi syariah mirip dengan asuransi konvensional karena menawarkan berbagai produk yang dapat dibeli oleh masyarakat umum. Ada produk investasi, dana pensiun, dan dana warisan, misalnya. Namun, orang tidak menyadari produk yang diperlukan untuk keadaan mereka. Pedoman pemilihan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sangat diperlukan. Mirip dengan Prucinta milik PT Prudential Syariah Binjai, inovasi produk anyar. Prucinta Syariah Life Insurance adalah produk PT untuk asuransi jiwa syariah. Prudential Indonesia Prudential Life Assurance menawarkan perlindungan menyeluruh terhadap risiko kematian akibat kecelakaan selama 20 tahun keanggotaan. Selain itu, pada akhir masa kepesertaan, produk ini menawarkan keuntungan jangka panjang berupa Nilai Tunai dari dana Nilai Tunai serta perpanjangan masa kepesertaan tanpa perlu pemeriksaan kesehatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Asuransi

Asuransi adalah suatu kesepakatan antara sekurang-kurangnya dua perkumpulan, dengan mana penanggung mengikatkan diri kepada yang dilindungi, dengan mendapatkan angsuran perlindungan, untuk memberikan pembayaran kembali kepada yang dijamin karena musibah, kerugian atau kehilangan manfaat yang diharapkan atau tanggung jawab sah pihak luar yang mungkin ditanggung oleh yang dijamin. , yang muncul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan dana karena kematian atau nyawa seseorang yang dijamin (Khumaini dan Husein, 2019). Asuransi Syariah adalah suatu sistem dimana peserta menyumbangkan sebagian atau seluruh iuran atau premi yang dibayarkannya untuk membayar klaim sebagian peserta atas bencana. Jadi dalam perlindungan syariah, organisasi lebih berperan sebagai pengawas fungsional, bukan sebagai penanggung sebagaimana dalam perlindungan adat (Abda'u, 2019).

Minat

Kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak terhadap hal, aktivitas, atau situasi yang Anda minati, disertai perasaan suka, disebut minat. Selain itu, minat adalah sumber inspirasi yang mendorong individu untuk melakukan apa yang mereka inginkan jika mereka dapat memutuskan secara terbuka. Mereka tertarik pada sesuatu jika mereka dapat melihat bagaimana itu akan membantu mereka. adalah bahwa produk asuransi syariah dapat dinikmati oleh masyarakat luas bahkan menjadi kebutuhan primer jika masyarakat memiliki minat yang lebih besar terhadapnya (Nasution & Aslami, 2021). Dalam penelitian ini minat menjadi nasabah didefinisikan sebagai keinginan seseorang

untuk bergabung dengan asuransi syariah sebelum benar-benar mengambil keputusan untuk melakukannya (Nadila Irdyanti, 2022).

Kepercayaan

Mowen (2002) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai jumlah dari semua pengetahuan dan kesimpulan konsumen mengenai produk, manfaat, dan atribut. Item yang disinggung disini adalah sebagai item, individu, organisasi dan segala sesuatu dimana individu memiliki keyakinan dan mentalitas. Ketika suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan sampai pada titik di mana mereka puas, kepercayaan ini terbentuk. Kepercayaan dapat muncul ketika pembeli merasa puas karena telah mengkonsumsi atau menggunakan suatu barang (Buchori et al., 2022).

Produk Prucinta

Dengan menawarkan perlindungan berupa asuransi, produk asuransi dapat memberikan tingkat kenyamanan dan kesejahteraan bagi individu yang membeli asuransi jiwa. Pertanggungan jiwa syariah Prucinta adalah produk pertanggungan jiwa syariah dari PT Prudential Life Confirmation (Prudential Indonesia) yang memberikan asuransi menyeluruh selama 20 tahun kepesertaan terhadap pertaruhan kematian dan kematian karena kecelakaan (Fachrina et al., 2023).

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Studi literatur yaitu metode yang mencari referensi yang relevan dengan permasalahan yang ditemukan. Studi kepustakaan menggambarkan analisis teoritis, kajian ilmiah, rujukan serta literatur yang berhubungan dengan kebiasaan masyarakat setempat, norma dan nilai yang terbangun pada kondisi lapangan yang diamati (Sugiyono, 2016). Adapun data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang bersumber dari literatur atau referensi yang ada, seperti yang termuat dalam jurnal dan makalah ilmiah, ensiklopedia, literatur, serta sumber data lain yang berkaitan dengan topik penelitian

PEMBAHASAN

Mengingat pemahaman masyarakat terhadap keunggulan asuransi syariah masih rendah, rendahnya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi syariah tidaklah mengherankan. Sangat wajar jika asuransi syariah tidak menjadi prioritas utama dalam pengambilan keputusan berasuransi karena tingkat kesejahteraan penduduk yang tidak merata dan penduduk Indonesia yang tidak terlalu religius. Kurangnya industri pendukung asuransi syariah

seperti broker asuransi syariah, agen, adjuster, dan sebagainya, serta rendahnya dana yang mendukung perusahaan asuransi syariah, promosi dan pendidikan yang tidak efektif, dan sebagainya, adalah beberapa faktor yang menyebabkan penetrasi pasar asuransi syariah yang relatif rendah selama sepuluh tahun terakhir. Tentang rangsangan keagamaan yang menarik minat nasabah terhadap asuransi syariah,

Agen asuransi menikmati manfaat dan ketidaknyamanan. Kekuatan dan kelemahan asuransi jiwa sangat dipengaruhi oleh kepentingan dan kepercayaan masyarakat (Wahdania Bahar, 2021). Keuntungan yang membuat nasabah tertarik dengan proteksi syariah adalah karena dalam proteksi syariah tidak mengenal istilah *relinquished reserves* seperti proteksi tradisional. Nasabah asuransi syariah bisa mendapatkan kembali uangnya meskipun tanggal pembangunannya belum tiba karena konsep asuransi syariah adalah wadiah (titipan).

Prucinta adalah strategi perlindungan bencana syariah yang dihadirkan oleh PT Prudential Life Confirmation (Prudential Indonesia). Dewan Pengawas Syariah Prudential yang telah ditunjuk oleh Dewan Syariah Nasional-MUI mengawasi pengelolaan produk Asuransi Jiwa Syariah yang ditawarkan oleh Prucinta Prudential sesuai dengan hukum Islam. Karena masa polis hingga 20 tahun, Asuransi Jiwa Prucinta Syariah cocok bagi mereka yang menginginkan perlindungan asuransi jiwa jangka panjang. Jangka waktu pembayaran bulanan atau tahunan tersedia untuk polis. Karena manfaat sudah jatuh tempo, peserta asuransi tidak perlu khawatir kehilangan uang preminya. Hal ini mengindikasikan bahwa Prudential akan memberikan manfaat jatuh tempo berupa nilai tunai jika peserta asuransi hidup hingga akhir periode polis.

Manfaat jatuh tempo Prucinta menjadi salah satu kekuatannya jika tidak ada klaim hingga masa polis berakhir. Artinya, tergantung pada rencana polis yang dipilih, manfaat jatuh tempo hingga Rp 200 juta akan dibayarkan jika tidak ada klaim atau tertanggung masih hidup saat polis berakhir. Apabila terjadi sakit, kecelakaan, atau bahkan kematian saat kembali ke rumah, Prucinta menawarkan manfaat polis berupa santunan tunai. Ada juga bonus pengembangan yang diberikan jika tidak ada kasus atau yang dilindungi masih hidup selama sisa jangka waktu strategi.

Berdasarkan temuan kajian tersebut, Asuransi Prudential Syariah Cabang Binjai sudah memiliki keterampilan yang kuat dalam menjelaskan produknya kepada masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua orang mengetahui produk Asuransi Jiwa Syariah seperti Prucinta, yang dirancang untuk kebutuhan jangka panjang.

Dalam satu tahun, minat masyarakat terhadap Produk Prucinta meningkat. Ditegaskan dengan maraknya permohonan pembukaan strategi

yang dilakukan di kantor Prudential Protection Syariah Bagian Binjai. Masyarakat umum tertarik dengan barang-barang Prucinta karena harga pengecualiannya sangat masuk akal, dikombinasikan dengan promosi penurunan harga terbaik yang telah memperluas minat publik. Orang-orang yang telah didekati oleh promosi ini berpikir tentang kemungkinan membeli asuransi jiwa sebagai sarana untuk melindungi keluarga mereka secara finansial jika terjadi kematian atau cedera.

Untuk keberlangsungan lembaga tersebut, perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Faktor perilaku, sikap, dan preferensi yang bersifat psikologis dapat membantu menentukan menarik atau tidaknya sebuah institusi. Orang memilih asuransi syariah karena berbagai alasan, bukan hanya alasan psikologis. Faktor daerah dalam menggunakan administrasi perlindungan adalah upah, barang, wilayah, administrasi, dan kemajuan. Hal ini juga termasuk dorongan ketat yang merupakan unsur informasi dan pengalaman beragam yang mendorong seseorang untuk memilih asuransi syariah. Reputasi adalah faktor lain yang menarik minat individu untuk menjadi nasabah Prudential. Selain ketenaran, faktor lain yang mendorong seseorang untuk menjadi klien adalah asuransi, yang merupakan perlindungan jika dia tidak dapat menghasilkan gaji normalnya karena penyakit, pensiun, kelulusan, dan cacat yang sangat tahan lama. Faktor terakhir adalah investasi. Pelanggan tidak hanya ingin mendapatkan uang saat sakit, tetapi mereka juga menginginkan keuntungan lain, seperti mendapatkan uang dari setiap premi yang mereka bayarkan setiap bulan.

Karena jumlah nasabah yang terus meningkat dan pendapatan premi serta keuntungan yang terus meningkat setiap tahunnya, PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai harus menerapkan sejumlah strategi untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk Prucinta. Strategi tersebut antara lain direct marketing atau pemasaran langsung bekerja sama dengan perbankan, telemarketing, mengikuti kegiatan sosial kemasyarakatan, dan menerapkan metode analisis SWOT.

KESIMPULAN

Karena asuransi syariah tidak mengenal istilah dana hangus seperti asuransi konvensional, nasabah asuransi syariah bisa mendapatkan uangnya kembali meski belum jatuh tempo karena konsep asuransi syariah adalah wadiah (titipan). Berdasarkan temuan penelitian, analisis data, dan pembahasan, penulis berkesimpulan bahwa untuk meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk asuransi syariah, khususnya produk Prucinta PT Prudential Syariah Cabang Binjai Mengawasi aset melalui perlindungan syariah diterima memiliki pilihan untuk menjauhi unsur-unsur yang dilarang dalam Islam,

khususnya riba, gharar (cadangan yang kacau) dan maysir (taruhan). Dana premi asuransi yang terkumpul (tabarru') akan dikelola secara profesional oleh perusahaan asuransi syariah melalui investasi syariah berdasarkan prinsip syariah dalam asuransi syariah dengan akad awal yang jelas dan transparan serta akad yang sesuai syariah. Untuk keberlangsungan dan keberlangsungan lembaga tersebut, perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat terhadap asuransi syariah. Faktor perilaku, sikap, dan preferensi yang bersifat psikologis dapat membantu menentukan menarik atau tidaknya sebuah institusi. Studi ini menunjukkan bahwa tidak semua orang mengetahui produk Asuransi Jiwa Syariah seperti Prucinta, yang merupakan kebutuhan jangka panjang. Penulis menemukan bahwa Prudential Syariah Insurance cabang Binjai sudah memiliki keterampilan yang baik dalam menjelaskan produknya kepada masyarakat. Dalam satu tahun, minat masyarakat terhadap Produk Prucinta meningkat. Ditegaskan dengan maraknya permohonan pembukaan strategi yang dilakukan di kantor Prudential Protection Syariah Bagian Binjai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abda'u, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Pada Produk Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Prudential Syariah Di Kecamatan Binjai Timur. *Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara*.
- Buchori, A., Nurhayati, N., & W, R. W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Produk Asuransi di Kalangan Mahasiswa. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan*, 11(2), 80. <https://doi.org/10.24036/ecosains.12070757.00>
- Fachrina, R., Syariah, A., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). Analisis Minat Konsumen terhadap Produk Prucinta PT Prudential Syariah Cabang Binjai ada selama kurang lebih 24 tahun hingga sekarang dan terus mengalami Alasan tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu : (a). 4(2), 548–558.
- Khumaini, S., & Husein, T. (2019). *Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah di Kabupaten Tangerang*.
- Leliya dan Maya Kurniasari. (2016). Minat Masyarakat Berasuransi Syariah Di Asuransi Prudential. *IAIN Syekh Nurjati Cirebon*, 1–16.
- Lestari, A., & Rahma, T. I. F. (2022). Analysis of the Role of Agents in Helping Settlement of Insurance Claims at PT. Prudential Life Assurance Binjai Branch. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 427–432. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2.555>
- Nadila Irdyanti, R. S. (2022). Manajemen Marketing Asuransi Syariah Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Pada PT Prudential Komplek Merbau Mas. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 33(1), 1–12.

- Nasution, S. A., & Aslami, N. (2021). Analisa Peningkatan Minat terhadap Produk Asuransi Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 254–262. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.768>
- Rahmania, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Memilih Asuransi Berbasis Syariah Di Kota Makassar. *Uin Alauddin Makassar*, 21(1), 1–9.
- Wahdania Bahar. (2021). Strategi Perusahaan Asuransi Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepercayaan Masyarakat Untuk Mengembangkan Sumber Daya Manusia Pada PT. Prudential Life Assurance DI Makassar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*, 2013–2015.