

Analisis preferensi agen asuransi syariah: studi kasus PT. Asuransi Takaful Keluarga = Analysis of syariah insurance agent's preference: case study of PT. Asuransi Takaful Keluarga

Miftahul Janah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=98629&lokasi=lokal>

Abstrak

Pemasaran asuransi sangat bertumpu pada sistem keagenan, maka sangat penting untuk menentukan kebijakan dalam pembinaan agen, sehingga perlu di ketahui alasan-alasan apa saja yang menentukan preferensi seseorang untuk menjadi agen asuransi syariah. Berdasarkan teori yang dikemukakan Gilbert D. Harrel, seperti disebutkan di landasan teori, maka variabel-variabel bebas yang mempengaruhi untuk menjadi agen asuransi syariah atau agen asuransi konvensional adalah alasan-alasan rasional dan alasan-alasan emosional yaitu variabel keyakinan yang dianut oleh agen tersebut, opini agen terhadap bunga, alasan ekonomis, agamis, produk, manajemen dan variabel lain. Dengan cara penyebaran kuesioner terhadap agen-agen syariah PT Asuransi Takaful Keluarga yang berada di Jakarta dan Depok sebanyak 75 kuesioner dan yang terkumpul kembali sebanyak 66 kuesioner, sedangkan sebagai pembandingan penulis menyebarkan kuesioner pada agen PT Asuransi X, sebagai asuransi konvensional dan dari 75 kuesioner yang terkumpul kembali adalah 23 kuesioner, jadi total responden yang di analisis adalah 89 responden. Dengan menggunakan metodologi penelitian Regresi Binomial Logistik dan pengolahannya menggunakan program SPSS versi 11.5 Edition maka yang dihasilkan adalah bahwa dari 8 variabel yang diuji, ada 4 variabel yaitu variabel keyakinan, bunga, agamis dan manajemen, secara statistik signifikan pada $\alpha = 5\%$ menerangkan kecenderungan seseorang menjadi agen Asuransi syariah.

Insurance is an old business concept, Historian said that concept has been being from prophet Yusuf s history , that he suggested to prepared about dry season to the King of Egypt. Islamic insurance mechanism is connected to a group, in spite of calamity was particular risk, even less calamity was fundamental risks likes floods, earthquake, etc. like Allah Subhana wa ta'ala has been said in The Qur'an Surat Al-Maidah : 2, QS AL Baqarah : 177. Marketing is one important element in insurance and agency is one of ways of insurance marketing. The role of insurance agent is very urgent, we can say "there is no policy of insurance without agent". This analysis explains about preferences factors that was influenced one or someone to become sharia insurance's agent. And the result that believed factor, interest, religion, and management significant as statistic at $\alpha = 5\%$ explained that analysis.