

Laporan Hasil Pengabdian kepada Masyarakat

**PENTINGNYA PENGELOLAAN RISIKO MELALUI ASURANSI :
SOSIALISASI ASURANSI DI KOMPLEK BATAN CIRENDEU,
CIPUTAT TANGERANG**

Ketua : Insri Nuryati , S.Sos., M.M.

Anggota : Oties Tejamirah, S.E., M.M.



**PROGRAM STUDI ASURANSI JiWA
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN ASURANSI
JAKARTA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Pengabdian Masyarakat : Pentingnya Pengelolaan Risiko melalui Asuransi
: Sosialisasi Asuransi di Komplek BATAN,
Cireundeu, Ciputat, Tangerang Selatan

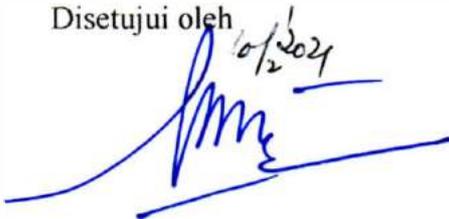
Nama : 1. Insri Nuryati, S.Sos., M.M.
2. Oties Tejamirah, M.M.

NIDN : 1. 0321125602
2. 0321026004

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti
Program Studi : Asuransi Jiwa
Nomor HP : 0816-990-510
Alamat e-mail : 1. insri_stma@yahoo.com
2. otiestejamirah_stma@yahoo.com

Jakarta, 18 Januari 2021

Disetujui oleh



Prof. Dr. Rukaesih A. Maolani
Kepala Puslitdimas

Dosen



Insri Nuryati, S.Sos., M.M.
0321125602

Diketahui oleh



Dr. Antonius Anton Lie, S.E., M.M.
Pjs. Ketua STMA Trisakti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah, SWT, Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat karunia dan petunjukNya, akhirnya kami dapat melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan risiko melalui asuransi yang kami laksanakan di Komplek Badan Tenaga Nuklir (BATAN), Cirendeu, Ciputat Timur, Tangerang Selatan.

Terlaksananya kegiatan ini melibatkan beberapa pihak, yaitu :

1. Pimpinan Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti; Bapak Dr. Antonius Anton Lie selaku Pjs. Ketua, Bapak I Made Indra P, A.MK. S.K.M., M.PH., selaku Wakil Ketua Bidang Akademik dan Kemahasiswaan, Bapak Drs. Agus Subrata, S.E., M.M. selaku Wakil Ketua Bidang Umum dan Keuangan;
2. Ibu Prof. Dr. Rukaesih Achmad Maolani, M.Si. , selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat;
3. Ibu Bapak Dosen Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti.

Kami ucapkan terima kasih atas kesempatan, dukungan, bimbingan, kritik dan masukan yang diberikan kepada kami.

Kami sadari bahwa karya ilmiah kami ini masih jauh dari sempurna sehingga kritik dan saran sangat kami harapkan untuk penyempurnaannya sehingga dapat kami hasilkan karya ilmiah yang lebih baik dan membawa manfaat banyak pihak.

Jakarta, 8 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| BAB I : PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Analisis Situasi | 1 |
| 1.2 Permasalahan Objek Penyuluhan | 5 |
| 1.3 Tujuan | 5 |
| BAB II : ANALISIS PERMASALAHAN | 7 |
| 2.1 Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap asuransi | 7 |
| 2.2 Pandangan negatif terhadap asuransi | 12 |
| 2.3 Rasa tidak percaya terhadap asuransi | 15 |
| BAB III : METODE PELAKSANAAN | 18 |
| 3.1 Sasaran | 18 |
| 3.2 Waktu Pelaksanaan | 18 |
| 3.3 Teknik Pelaksanaan | 19 |
| 3.4 Target Luaran | 19 |
| BAB IV : LAPORAN PELAKSANAAN KEGIATAN PKM | 20 |
| BAB V : SIMPULAN DAN SARAN | 29 |

LAMPIRAN

Surat izin melaksanakan kegiatan PkM di Komplek BATAN

Surat balasan dari Ketua Pengurus Komplek BATAN

Undangan kepada warga Komplek BATAN

Daftar hadir peserta sosialisasi

Kuesioner

Materi Sosialisasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Manusia di dalam menjalani kehidupannya selalu dihadapkan pada risiko, yang menurut ISO 31000:2018 merupakan efek dari ketidakpastian terhadap sasaran. Artinya risiko adalah suatu ketidakpastian terjadinya suatu peristiwa, yang apabila terjadi akan berdampak pada kegagalan suatu sasaran, dan entunya ini adalah suatu kerugian. Risiko dapat terjadi pada manusia sebagai individu maupun sebagai kelompok dalam suatu badan usaha. Tidak ada yang bisa memastikan kapan dan di mana risiko akan terjadi, namun dapat dipastikan bahwa, apabila risiko terjadi maka akan menyebabkan kerugian. Kesimpulan di atas didasarkan pada definisi risiko oleh Herman Darmawi (2006:19) yang mengatakan bahwa risiko adalah kans kerugian (*chance of loss*), kemungkinan kerugian (*possibility of loss*) dan merupakan ketidakpastian (*uncertainty*). Tidak ada seorangpun yang menginginkan mengalami kerugian dalam menjalani kehidupannya, atau tidak satupun badan usaha yang dapat menerima kondisi rugi dalam menjalankan kegiatan usahanya, sehingga harus dicari jalan bagaimana melakukan suatu kegiatan untuk menghindari kerugian dengan mengelola risiko.

Mengelola risiko atau lebih umum disebut manajemen risiko, menurut ISO 31000:2018 merupakan aktivitas organisasi yang terarah dan terkoordinasi, yang berkaitan dengan risiko. Menurut Safri Ayat (2003:1), manajemen risiko merupakan metode, atau ilmu pengetahuan yang mempelajari berbagai jenis risiko, bagaimana mengatur dan mengelola risiko-risiko tersebut dengan tujuan agar terhindar dari kerugian, dan jika risiko terjadi maka harus diupayakan agar akibat yang ditimbulkannya dapat seringan mungkin. Kegiatan yang dilakukan

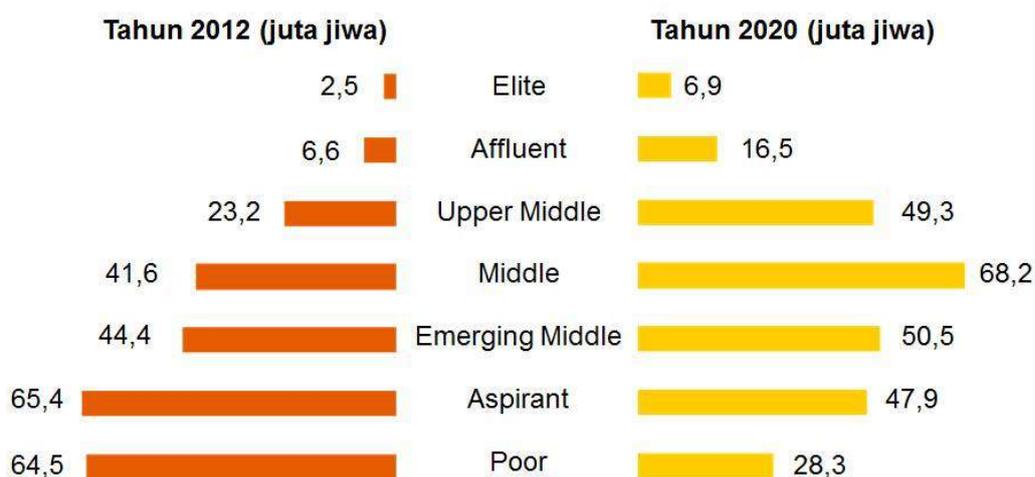
dalam menanggulangi risiko, meliputi bagaimana cara menghapuskan, mengurangi, membatasi ataupun memindahkan risiko yang dapat menyebabkan kerugian yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan, keluarga dan masyarakat melalui pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen. Salah satu cara penanggulangan risiko adalah mengalihkan risiko. Risiko dapat dipindahkan sebagian atau keseluruhan kepada lembaga yang menangani pengelolaan risiko, yaitu perusahaan asuransi.

Asuransi menurut Undang-undang nomor 40 tahun 2014 adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk:

- a. memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau
- b. memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.

Dengan mengalihkan risikonya kepada perusahaan asuransi, maka pihak yang mengalihkan risiko (tertanggung) akan mendapatkan penggantian kerugian dari perusahaan asuransi (penanggung), jika terjadi risiko. Namun kenyataannya, kondisi mengurangi kerugian dengan jalan mengalihkan risiko kepada perusahaan asuransi ini masih jauh dari harapan. Menurut Angga Bratadharma dalam tulisannya di <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/GNGWw2LN-allianz-indonesia-siap-dukung-peningkatan-penetrasi>, mengatakan bahwa menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Agustus 2020, tingkat penetrasi asuransi jiwa

di Indonesia masih di bawah angka dua persen dari keseluruhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), sementara menurut Dody Dalimunthe dalam paparan kinerja asuransi umum di kuartal 1 2019, di Permata Kuningan, Kamis tanggal 23 Mei 2020 menyatakan bahwa pertumbuhan penetrasi asuransi umum dihitung berdasarkan PDB, sangat lambat, dari 2,9% sekarang hanya menjadi 3,04%.



Gambar 1 : Proyeksi jumlah kelas menengah penduduk Indonesia tahun 2012 – 2020, yang dirilis Boston Consulting Group (BCG)

Dari data BCG tersebut di atas dapat dilihat bahwa peluang pasar asuransi masih terbuka lebar, berada pada jumlah 239,3 juta penduduk Indonesia yang termasuk pada kategori kelas menengah dan kelas atas.

Kondisi ini sangat disayangkan karena dengan tidak memanfaatkan asuransi sebagai mekanisme pengalihan risiko, maka baik pribadi maupun perusahaan akan kehilangan manfaat berasuransi, yakni mendapatkan penggantian jika mengalami kerugian sebagai akibat terjadinya risiko. Beberapa hal yang menjadi penyebab seseorang tidak memanfaatkan asuransi sebagai lembaga pengalihan risiko bisa bermacam-macam. Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa minat, penghasilan, kepercayaan terhadap asuransi, dan pengetahuan tentang asuransi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengalihkan

risikonya kepada perusahaan asuransi. Hal ini juga dibuktikan dari hasil survei yang dilakukan penulis di Kelurahan Cirendeu, Kecamatan Ciputat Timur, Tangerang Selatan, kepada masyarakat yang memiliki usaha kecil dan menengah dengan penghasilan maksimum Rp 5 juta per bulan, yang dilaporkan tanggal 4 Juni 2018. Hasil yang diperoleh dari survei tersebut adalah bahwa secara umum responden belum mengetahui tentang asuransi mikro, namun mereka menyadari bahwa sangat perlu adanya perlindungan terhadap kelangsungan hidup atau usaha mereka. Survei ini dilakukan untuk memperoleh data dalam rangka penelitian yang dilaksanakan oleh Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti (STMA Trisakti) bersama Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang berjudul “Identifikasi Penggunaan Teknologi Digital dalam Memasarkan Produk Asuransi Mikro”. Salah satu rekomendasi dari hasil penelitian tersebut adalah, agar dilakukan sosialisasi tentang asuransi mikro dengan memanfaatkan peran perguruan tinggi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Komplek BATAN Poncol, merupakan salah satu kompleks perumahan pegawai Badan Tenaga Nuklir, yang berada di Jl. Poncol Indah V, Rt.03, Rw.02, Cirendeu, Ciputat Tangerang Selatan. Di dalam kompleks tersebut terdapat 22 (dua puluh dua) nomor rumah tinggal. Saat ini, 1 (satu) rumah dalam kondisi kosong/tidak dihuni, dan 2 (dua) nomor dalam kondisi belum dibangun. Dari 19 (sembilan belas) rumah yang dihuni, seluruhnya terdapat 28 (dua puluh delapan) keluarga. Artinya, putra/putri pemilik rumah yang sudah berkeluarga ada beberapa yang masih tinggal bersama orang tua dalam kompleks tersebut. Dari hasil wawancara awal yang penulis lakukan terhadap kepala rumah tangga, kepemilikan polis asuransi yang ada, 70% adalah untuk polis asuransi wajib (BPJS) dan kepemilikan polis karena penutupan kumpulan dari kantor tempat mereka bekerja. Hanya beberapa yang telah memiliki polis asuransi pendidikan

anak.. Alasan yang diberikan adalah bahwa membayar premi untuk asuransi masih merupakan hal yang harus dipertimbangkan sehubungan dengan kewajiban untuk memenuhi kebutuhan hidup lainnya yang dinilai lebih prioritas. Hal ini merupakan permasalahan kedua yang ada, di samping permasalahan pertama yang muncul, yakni kurang pemahamannya masyarakat terhadap asuransi. Permasalahan berikut yang penulis hadapi adalah adanya jawaban dari warga yang sudah memanfaatkan asuransi sebagai metode pengelolaan risiko. Mereka menyatakan sulit untuk percaya kepada asuransi, karena kasus yang dihadapinya. Satu polis asuransi jiwa yang dimiliki tidak akan bisa diajukan klaim, karena perusahaan asuransinya sudah ditutup dan yang bersangkutan sebagai tertanggung tidak pernah menerima pemberitahuan, sedangkan satu polis asuransi jiwa lainnya juga terancam tidak terbayar karena kondisi perusahaan yang dihadapkan pada masalah keuangan.

1.2 Permasalahan Objek Penyuluhan

Permasalahan yang ada pada komplek BATAN adalah :

- a. kurangnya pemahaman terhadap asuransi;
- b. pandangan-pandangan (persepsi) negatif terhadap asuransi.
- c. kurangnya kepercayaan terhadap asuransi.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis ingin melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), dengan melakukan sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan risiko melalui asuransi, kepada masyarakat Komplek BATAN, Cireundeu, Ciputat, Tangerang Selatan, dengan tujuan agar masyarakat komplek BATAN termotivasi untuk menjajagi dan membuktikan bahwa

mengalihkan risiko kepada perusahaan asuransi merupakan salah satu mekanisme pengelolaan risiko yang perlu dipertimbangkan untuk dilakukan.

1.3 Tujuan

Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat yang penulis lakukan di Komplek BATAN, Cirendeu, Ciputat, Tangerang Selatan adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai unjuk kerja peran perguruan tinggi dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi, khususnya bidang pengabdian kepada masyarakat;
- b. Menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada asuransi sebagai partner dalam menyelesaikan permasalahan keuangan.
- c. Mendorong masyarakat warga Komplek BATAN untuk memanfaatkan asuransi sebagai salah satu mekanisme pengelolaan risiko, setelah mereka menyadari manfaat yang dapat diperoleh dengan mengalihkan risiko ke perusahaan asuransi;

BAB II

ANALISIS PERMASALAHAN

2.1 Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap asuransi

Menurut Notoatmodjo dalam Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia, Pengetahuan merupakan hasil “tahu” dan ini terjadi setelah orang mengadakan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terhadap objek terjadi melalui panca indra manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba dengan sendiri. Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan tersebut sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian persepsi terhadap objek, dan sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga.

Pengetahuan dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal. Pengetahuan sangat erat hubungannya dengan pendidikan, dimana diharapkan bahwa dengan pendidikan yang tinggi maka orang tersebut akan semakin luas pula pengetahuannya, namun bukan berarti seseorang yang berpendidikan rendah mutlak berpengetahuan rendah pula. Hal ini mengingatkan bahwa peningkatan pengetahuan tidak hanya diperoleh dari pendidikan formal saja, akan tetapi dapat juga diperoleh melalui pendidikan non formal.

Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini yang akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap makin positif terhadap objek tertentu. Menurut teori WHO (*Who Health Organization*) oleh Notoatmodjo (2007), salah satu bentuk objek kesehatan dapat dijabarkan oleh pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman sendiri.

a) Indikator Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoadmodjo (dalam Wawan, 2010:11), pengetahuan yang dicakup di dalam domain kognitif mempunyai 6 (enam) tingkatan, yaitu:

1) Tahu (*Know*)

Tahu diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajarisebelumnya. Termasuk ke dalam pengetahuan tingkat ini adalah mengingat kembali terhadap suatu yang spesifik dari seluruh bahan yang dipelajari atau rangsangan yang telah diterima. Oleh sebab itu, “tahu” ini merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah. Kata kerja untuk mengukur orang tahu tentang apa yang dipelajari antara lain menyebutkan, menguraikan, mendefinisikan, menyatakan, dan sebagainya.

2) Memahami (*Comprehension*)

Memahami diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang objek yang diketahui dan dapat menginterpretasikanmateri tersebut secara benar. Orang yang telah paham terhadap obyek ataumateri harus dapat menjelaskan, menyebutkan contoh, menyimpulkan,meramalkan, dan sebagainya terhadap obyek yang dipelajari.

3) Aplikasi (*Application*)

Aplikasi diartikan sebagai kemampuan untuk menggunakan materi yang telah dipelajari pada situasi atau kondisi sebenarnya. Aplikasi disini dapat diartikan sebagai aplikasi atau penggunaan hukum-hukum, rumus,metode, prinsip dan sebagainya dalam konteks atau situasi lain.

4) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah suatu kemampuan untuk menjabarkan materi atau suatu objek kedalam komponen-komponen, tetapi masih di dalam suatustruktur organisasi tersebut, dan masih ada kaitannya satu sama lain.Kemampuan analisis

ini dapat dilihat dari penggunaan kata kerja, seperti dapat menggambarkan (membuat bagan), membedakan, memisahkan, mengelompokkan dan sebagainya.

5) Sintesis (*Synthesis*)

Sintesis merupakan suatu kemampuan untuk meletakkan atau menghubungkan bagian-bagian di dalam suatu bentuk keseluruhan yang baru dengan dapat menyusun formulasi yang baru.

6) Evaluasi (*Evaluation*)

Berkaitan dengan kemampuan untuk melakukan penilaian terhadap suatu materi penelitian didasarkan pada suatu kriteria yang ditentukan sendiri atau kriteria yang sudah ada.

b) Sifat Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. *Tacit Knowledge* (Pengetahuan secara diam-diam)

Tacit knowledge adalah pengetahuan yang belum didokumentasikan atau pengetahuan yang masih berada didalam “kepala” seseorang. Pengetahuan ini berisikan “*Insight*”, pengalaman, pemikiran atau pembelajaran yang diterima dari pengalaman sehari-hari.

Tacit knowledge juga dapat dikategorikan sebagai pengetahuan yang didapat secara langsung dari sumbernya. Contohnya, pengetahuan yang diperoleh karyawan dari hasil *sharing knowledge* atau *mentoring/coaching* serta pengetahuan yang disampaikan pada saat rapat atau pelatihan.

Dalam buku *The Tacit Dimension*, Michael Polanyi (1966) menuliskan 2 dimensi dari *tacit knowledge*, yaitu :

a) Dimensi teknis atau pengetahuan prosedural (sering disebut “Know how”).

Pengetahuan ini adalah knowledge yang mengetahui bagaimana suatu proses berlangsung.

b) Dimensi kognitif adalah dimensi pengetahuan yang lebih dalam, seperti keyakinan, prinsip, nilai-nilai, schemata dan mental model. Dimensi ini sebenarnya sudah terdapat di dalam diri setiap orang, meski tidak disadari. Setiap orang memiliki prinsip dan nilai hidup yang ditanamkan sejak kecil di lingkungan keluarga dan sosial serta mental model yang berbeda-beda. Hal-hal itu kelak memengaruhi seseorang dalam memahami sesuatu. Ketika suatu pengetahuan sulit diartikulasikan, dimensi kognitif dari *tacit knowledge* membentuk cara seseorang dalam memahami sesuatu.

2. *Explicit Knowledge* (Pengetahuan Eksplisit)

Pengetahuan Eksplisit adalah pengetahuan yang secara mudah dapat diartikulasikan, dikode, diakses, dan diverbalkan. Pengetahuan ini tersirat atau sudah terdokumentasi karena sudah tertulis sehingga sangat mudah bagi kita untuk mempelajarinya. Contoh lain pengetahuan explicit yang terdapat di perusahaan adalah standard operation procedure (SOP), job description, product knowledge atau peraturan-peraturan perusahaan lain.

Perbandingan antara explicit knowledge dan tacit knowledge adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

| <i>Explicit Knowledge</i> | <i>Tacit Knowledge</i> |
|---|--|
| <i>Tangible</i> atau berwujud | <i>Intangible</i> atau tidak berwujud. |
| Berwujud objek-objek fisik, seperti dokumen, <i>database</i> , dan lain-lain. | Objeknya adalah apa yang ada di kepala seseorang (<i>knowledge</i>). |
| Dengan mudah dapat dibagikan | Dibagikan hanya melalui sesi <i>sharing</i> , <i>meeting</i> , diskusi, tanya jawab dan lain-lain. |
| Dapat dengan mudah diproduksi kembali. | Tidak dapat direplikasi secara identik. |

| | |
|--|--|
| Stabil, tidak berubah sepanjang waktu. | Berkembang melalui pengalaman pribadi. |
|--|--|

c. Cara Memperoleh Pengetahuan

Cara memperoleh pengetahuan yang dikutip dari Notoadmojo (2003:14) adalah sebagai berikut:

1. Cara Tradisional

a) Cara Coba Salah (*Trial and Error*)

Cara ini telah dipakai orang sebelum adanya kebudayaan, bahkan mungkin sebelum adanya peradaban. Cara coba-coba ini dilakukan dengan menggunakan kemungkinan dalam memecahkan masalah, dan apabila kemungkinan tersebut tidak berhasil maka dicoba kemungkinan yang lain sampai berhasil. Oleh karena itu cara ini disebut dengan metode *Trial* (coba) dan *Error* (gagal atau salah atau metode coba salah adalah coba-coba).

b) Cara Kekuasaan atau Otoritas

Sumber pengetahuan ini dapat berupa pemimpin-pemimpin masyarakat baik formal maupun informal, ahli agama, pemegang pemerintah dan berbagai prinsip orang lain yang menerima mempunyai yang dikemukakan oleh orang yang mempunyai otoritas, tanpa menguji terlebih dahulu atau membuktikan kebenarannya baik berdasarkan fakta empiris maupun penalaran sendiri.

c) Berdasarkan Pengalaman Pribadi

Pengalaman pribadi pun dapat digunakan sebagai upaya memperoleh pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengalaman yang pernah diperoleh dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi masa lalu.

2. Cara Modern dalam Memperoleh Pengetahuan

Cara ini disebut metode penelitian ilmiah atau lebih populer atau disebut metodologi penelitian. Cara ini mula-mula dikembangkan oleh Francis Bacon (1561-1626), kemudian dikembangkan oleh Deobold Van Daven. Akhirnya lahir suatu cara untuk melakukan penelitian yang dewasa ini dikenal dengan penelitian ilmiah.

Kurangnya pemahaman warga Komplek BATAN terhadap asuransi merupakan asumsi berdasarkan hasil survei yang dilaksanakan oleh STMA Trisakti dan OJK terhadap masyarakat yang memiliki penghasilan maksimum Rp 5 juta rupiah per bulan, dimana Komplek BATAN berada pada wilayah Kelurahan Cirendeu. Berdasarkan wawancara yang dilaksanakan, warga mengatakan belum pernah mendapatkan penyuluhan tentang asuransi, baik yang dilakukan oleh petugas penyuluh asuransi maupun dari lembaga lain, misalnya melalui lembaga pendidikan, sementara mereka sangat membutuhkan pemahaman tentang asuransi karena pada kondisi sekarang mereka baru berada pada taraf mengetahui. Kondisi ini dapat dijadikan sebagai tantangan bagi Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti untuk melakukan unjuk kerja, memberikan pemahaman tentang asuransi kepada warga Komplek BATAN melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Warga BATAN baru berada pada tingkat mengetahui.

2.2 Kurangnya minat beli asuransi

Swastha dalam Komunikasi Pemasaran (2017:77) mengatakan , bahwa minat beli sebagai perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan

pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut, sedangkan Yoestini & Sheilla dalam Komunikasi Pemasaran (2017:78) menyatakan bahwa minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benak para konsumen dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat, yang kemudian pada akhirnya seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya sesuai dengan apa yang ada di dalam benaknya.

Sikap seorang konsumen terhadap minat beli merupakan suatu sikap tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan batinnya. Menurut Sumarni dalam Wibisaputra (2011:26), sikap seseorang dalam jiwa konsumen membedakan minat beli menjadi dua, yaitu:

1. Minat subjektif adalah perasaan senang atau tidak senang pada suatu obyek yang berdasar pada pelanggan.
2. Minat objektif adalah suatu reaksi menerima atau menolak suatu obyekdisekitarnya.

Menurut Syamsudin dalam Wibisaputra (2011:27) minat terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Minat spontan, yaitu minat yang secara spontan timbul dengan sendirinya.
2. Minat dengan sengaja, yaitu minat yang timbul karena sengaja dibangkitkan melalui rangsangan yang sengaja dipergunakan untuk membangkitkannya.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, sehingga berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.

Sikap seorang konsumen terhadap minat beli merupakan suatu sikap tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan batinnya. Akan tetapi,

menurut Sumarni dalam Wibisaputra (2011:26) sikap seseorang dalam jiwa konsumen membedakan minat beli menjadi dua, yaitu:

1. Minat subjektif adalah perasaan senang atau tidak senang pada suatu obyek yang berdasar pada pelanggan.
2. Minat objektif adalah suatu reaksi menerima atau menolak suatu objek di sekitarnya.

Menurut Syamsudin dalam Wibisaputra (2011:27) minat terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. Minat spontan, yaitu minat yang secara spontan timbul dengan sendirinya.
2. Minat dengan sengaja, yaitu minat yang timbul karena sengaja dibangkitkan melalui rangsangan yang sengaja dipergunakan untuk membangkitkannya.

Minat konsumen tumbuh karena suatu motif berdasarkan atribut-atribut sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya dalam menggunakan suatu pelayanan jasa, berdasarkan hal tersebut maka analisa mengenai bagaimana proses minat dari dalam diri konsumen sangat penting dilakukan.

a. Aspek-aspek dalam Minat Beli

Dalam buku Komunikasi Pemasaran (2017:78) mengatakan bahwa aspek-aspek yang terdapat dalam minat beli antara lain :

1. Perhatian : Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk, baik barang ataupun jasa.
2. Ketertarikan : Setelah adanya perhatian maka akan timbul rasa tertarik pada konsumen.
3. Keinginan : Perasaan untuk mengingini atau memiliki suatu produk tersebut.

4. Keyakinan : Keyakinan pada diri individu terhadap produk tersebut sehingga menimbulkan keputusan produk (proses akhir) untuk memperolehnya dengan tindakan yang disebut membeli.
5. Keputusan : Perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli mempertimbangkan barang dan jasa apa yang akan dibeli, dimana, kapan, bagaimana, berapa jumlah, dan mengapa membeli produk tersebut.

Warga Komplek BATAN Cirendeu, Ciputat, Tangerang Selatan, masih banyak yang tidak tertarik dan tidak meyakini bahwa asuransi merupakan solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang terkait dengan kerugian finansial. Sebagian dari mereka masih beranggapan bahwa asuransi adalah suatu kegiatan seperti judi, yang memberikan keuntungan secara tiba-tiba atau tidak terduga. Mereka juga beranggapan bahwa dengan berasuransi justru akan menimbulkan kerugian bagi mereka, karena jika risiko tidak terjadi, mereka akan kehilangan finansial berupa uang premi yang telah disetorkan dan tidak bisa ditarik kembali.

2.3 Rasa tidak percaya terhadap asuransi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kepercayaan adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata. Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan kepadanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya daripada yang kurang dipercaya. Kepercayaan terjadi ketika seseorang yakin dengan reliabilitas dan integritas dari orang yang dipercaya (Morgan dan Hunt, dalam Leonardo).

Menurut Sumarwan (2004) Kepercayaan adalah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Kepercayaan sering disebut perkaitan objek-atribut yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan. Sementara Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan atau segala sesuatu yang padanya seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut adalah karakteristik atau fitur yang dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Terdapat dua macam atribut, yaitu atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan atribut ekstrinsik adalah segala sesuatu yang diperoleh dari segala aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan dan label. Manfaat adalah hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen. Dari kedua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut dan manfaat.

Membangun kepercayaan sangat penting karena kepercayaan merupakan kunci keberlangsungan hidup merek dalam jangka waktu yang panjang. Morgan dan Hunt (dalam Leonardo, 2018) mengemukakan bahwa kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang. Kepercayaan akan membangun persepsi konsumen, apakah merek memiliki integritas, kompetensi, dan benevolence dan lainnya yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku.

Rasa tidak percaya terhadap asuransi dipicu dari terjadinya kasus yang menimpa salah satu warga komplek yang mengalami permasalahan ketidakjelasan pembayaran klaim selesai kontrak asuransi jiwa dengan salah satu perusahaan asuransi yang sudah tidak beroperasi lagi, tanpa pemberitahuan kepada tertanggung. Ketidakpercayaan terhadap asuransi semakin meningkat dengan adanya berita di media masa terkait kasus yang menimpa 2 (dua) perusahaan asuransi besar yang menimbulkan kerugian negara puluhan triliun.

Hasil penelitian dengan judul “ Identifikasi Penggunaan Teknologi Digital dalam Pemasaran Pruduk Asuransi Mikro” yang dilaksanakan bersama antara Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti dan OJK pada bulan April – Juli 2018, memberikan rekomendasi agar dilakukan sosialisasi yang optimal tentang asuransi, menjadi referensi dilakukannya PkM dalam bentuk Sosialisasi tentang pentingnya pengelolaan risiko melalui asuransi, kepada warga Komplek BATAN, Cirendeu, Ciputat, Tangerang Selatan.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Sasaran

Sasaran sosialisasi adalah warga Komplek BATAN yang merupakan pemilik rumah, dengan harapan dapat menjadi penghubung untuk diteruskan kepada anggota keluarga. Jumlah sasaran peserta pengabdian kepada masyarakat adalah minimal 50% dari jumlah pemilik rumah. Jumlah ini sudah dihitung dengan mempertimbangkan kebijakan protokol kesehatan yang diterapkan pada masa pandemi *covid -19*.

3.2 Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan ditetapkan sesuai dengan *timeline* rencana kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu antara bulan November 2020 sampai dengan Februari 2021, sesuai *time-line* di bawah.

| Bulan | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| Minggu ke | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Pengumpulan Judul PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Izin melaksanakan PkM kepada Ketua Komplek | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyebaran kuesioner sebelum PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pelaksanaan PkM (sosialisasi) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyebaran kuesioner setelah PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan laporan dan penyerahan laporan awal ke Puslitdimas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Seminar laporan kegiatan PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan laporan akhir kegiatan PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |

3.3 Teknis Pelaksanaan

Teknis pelaksanaan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Sebelum sosialisasi dilaksanakan, kepada warga Komplek BATAN diberikan kuesioner untuk diisi, dengan menjawab pertanyaan yang diberikan;
- b. Mengundang warga Komplek BATAN Cirendeu untuk hadir pada suatu tempat untuk mendengarkan sosialisasi tentang Pentingnya Pengelolaan Risiko melalui Asuransi. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan;
- c. Metode sosialisasi adalah ceramah dan dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab;
- d. Setelah sosialisasi, kepada peserta yang menghadiri kegiatan sosialisasi diberikan kuesioner kembali yang harus diisi dengan menjawab pertanyaan yang ada. Tujuan dari penyebaran kuesioner yang kedua ini adalah untuk mengukur luaran yang dicapai dari kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan.

3.4 Target Luaran

Dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diharapkan akan diperoleh hasil :

1. Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti dapat melakukan unjuk kerja, memainkan perannya dalam memberikan pemahaman tentang asuransi melalui salah satu kegiatan tridharma perguruan tinggi, yaitu bidang pengabdian kepada masyarakat;
2. Warga Komplek BATAN diharapkan dapat menyadari pentingnya kegiatan pengelolaan risiko dan dapat memberikan kepercayaan kepada asuransi sehingga akan mempertimbangkan untuk memilih asuransi sebagai salah satu mekanisme pengalihan risiko.

BAB IV LAPORAN HASIL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Komplek BATAN. Cirendeu, Ciputat dilaporkan dengan : 1) membandingkan antara rencana yang telah disusun dalam *time-line* dengan realisasinya, serta 2) laporan pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

4,1 Rencana dan Realisasi

Dari rencana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang disusun sebagaimana *timeline* di bawah

| Bulan | November | | | | Desember | | | | Januari | | | | Februari | | | |
|---|----------|---|---|---|----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Pengumpulan Judul PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan Proposal PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Izin melaksanakan PkM kepada Ketua Komplek | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyebaran kuesioner sebelum PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pelaksanaan PkM (sosialisasi) | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyebaran kuesioner setelah PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Penyusunan laporan dan penyerahan laporan awal ke Puslitdimas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Seminar laporan kegiatan PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan laporan akhir kegiatan PkM | | | | | | | | | | | | | | | | |

dapat dilaporkan kegiatan pelaksanaan PkM, dimulai dari kegiatan setelah Proposal mendapat persetujuan dari Pjs. Ketua STMA Trisakti, adalah sebagai berikut :

- a. Permohonan izin dilaksanakan sesuai jadwal, disampaikan kepada Ketua Pengurus Komplek BATAN pada tanggal 28 November 2020, minggu ke 4 bulan November;

- b. Balasan dari permohonan izin melaksanakan sosialisasi diperoleh pada tanggal 10 Desember 2020, dengan beberapa catatan:
- Jumlah peserta tidak lebih dari 12 (dua belas orang);
 - Agar tetap melaksanakan protokol kesehatan (menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak);
 - Pelaksanaan kegiatan tidak lebih dari 60 menit;
 - Kegiatan dapat diselenggarakan pada :

hari, tanggal : Sabtu, 19 Desember 2020 atau 26 Desember 2020
 pukul : 16.00 – 17.00 WIB
 tempat : Rumah Warga (*tentative*)

Catatan ini diberikan berkaitan dengan kondisi wabah covid-19 yang harus kita waspadai.

- c. Kesadaran warga yang cukup tinggi terhadap protokol kesehatan untuk mencegah penularan covid-19, menyebabkan tidak mudah mengajak warga untuk berkumpul, sehingga sangat berpengaruh terhadap ketepatan pelaksanaan sosialisasi, dan sosialisasi baru bisa dilaksanakan pada tanggal 2 Januari 2021, mundur 1 (satu) minggu dari jadwal yang ditetapkan.

Tabel di bawah menunjukkan rencana dan pelaksanaan PkM, sebagai berikut :

Tabel 1 : FRencana dan Pelaksanaan PkM

| No | Kegiatan | Rencana | Pelaksanaan | Keterangan |
|----|---|---------------------------------------|------------------------------|--|
| 1 | Izin melaksanakan PkM kepada Ketua Komplek | Minggu ke-4 bln. Nov. 2020 | 28 Nov.2020 | Sesuai jadwal |
| 2 | Penyebaran kuesioner sebelum PkM | Minggu 1-2 Bln Des.2020 | 2 Jan. 2020 Saat sosialisasi | Efektivitas dan efisiensi |
| 3 | Pelaksanaan PkM (sosialisasi) | Minggu ke-3 Des. 2020 | 2 Jan. 2020 | Disesuaikan dengan waktu yang tersedia |
| 4 | Penyebaran kuesioner setelah PkM | Minggu ke-4 Des. 2020 | 2 Jan. 2021 Saat sosialisasi | Efektivitas dan efisiensi |
| 5 | Penyusunan laporan dan penyerahan laporan awal ke Puslitdimas | Minggu ke-1-3 Jan. 2021 | 18 Jan. 2020 | Penyerahan laporan awal ke puslitdimas |
| 6 | Seminar laporan kegiatan PkM | Minggu ke-4 Jan-minggu ke-1 Feb. 2021 | 4 Feb. 2021 | Sesuai jadwal |
| 7 | Pengumpulan laporan akhir kegiatan PkM | Minggu ke-2 Feb. 2021 | 11 Feb. 2021 | Sesuai jadwal |

4.2 Laporan pelaksanaan kegiatan sosialisasi

Dari kegiatan sosialisasi dapat dilaporkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Jumlah yang hadir 11 (sebelas);
- b. Sebelum sosialisasi dilakukan, kepada peserta yang hadir dipersilahkan mengisi kuesioner terkait dengan pemahaman dan kepercayaan terhadap asuransi. Kuesioner ini awalnya dijadwalkan dibagikan kepada warga untuk diisi pada minggu ke 2 bulan Desember 2020, namun dengan pertimbangan efisiensi dan mengurangi kegiatan berkumpul, maka digabung dengan pelaksanaan sosialisasi.
- c. Materi disampaikan dengan metode ceramah dan dilanjutkan diskusi dan tanya jawab ; selanjutnya
- d. Kepada peserta dipersilahkan untuk kembali mengisi kuesioner sebagai umpan balik dari materi sosialisasi yang telah disampaikan;
- e. Dari kuesioner yang dibagikan sebelum dan sesudah sosialisasi, diperoleh data sesuai table 1 di bawah :

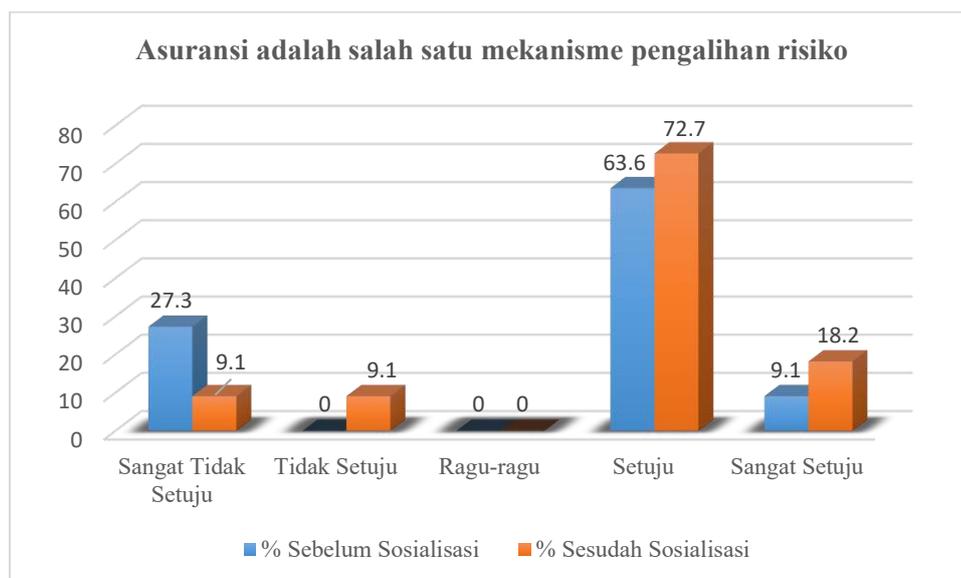
Tabel 2 : Data Isian Kuesioner Sosialisasi

| Nomor | Sebelum Sosialisasi | | | | | Nomor | Sesudah Sosialisasi | | | | |
|-------|---------------------|---|---|---|---|-------|---------------------|------------|---|---|---|
| | Pernyataan | 1 | 2 | 3 | 4 | | 5 | Pernyataan | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 3 | 0 | 0 | 7 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 2 |
| 2 | 1 | 0 | 2 | 8 | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 0 | 3 | 0 | 1 | 1 | 7 | 2 |
| 4 | 1 | 0 | 1 | 8 | 1 | 4 | 0 | 1 | 2 | 6 | 2 |
| 5 | 1 | 0 | 6 | 4 | 0 | 5 | 0 | 1 | 6 | 3 | 1 |

Tabel 3 : Daftar prosentase respon warga Komplek terhadap pernyataan kuesioner

| Nomor Pernyataan | % Sebelum Sosialisasi | | | | | Nomor Pernyataan | % Sesudah Sosialisasi | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----|------|------|-----|---------------------|-----------------------|-----|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 27,3 | 0 | 0 | 63,6 | 9,1 | 1 | 9,1 | 9,1 | 0 | 72,7 | 18,2 |
| 2 | 9,1 | 0 | 18,2 | 72,7 | 0 | 2 | 0 | 9,1 | 9,1 | 63,6 | 18,2 |
| 3 | 9,1 | 9,1 | 45,5 | 36,3 | 0 | 3 | 0 | 9,1 | 9,1 | 63,6 | 18,2 |
| 4 | 9,1 | 0 | 9,1 | 72,7 | 9,1 | 4 | 0 | 9,1 | 18,2 | 54,6 | 18,2 |
| 5 | 9,1 | 0 | 54,6 | 36,3 | 0 | 5 | 0 | 9,1 | 54,6 | 27,3 | 9,1 |

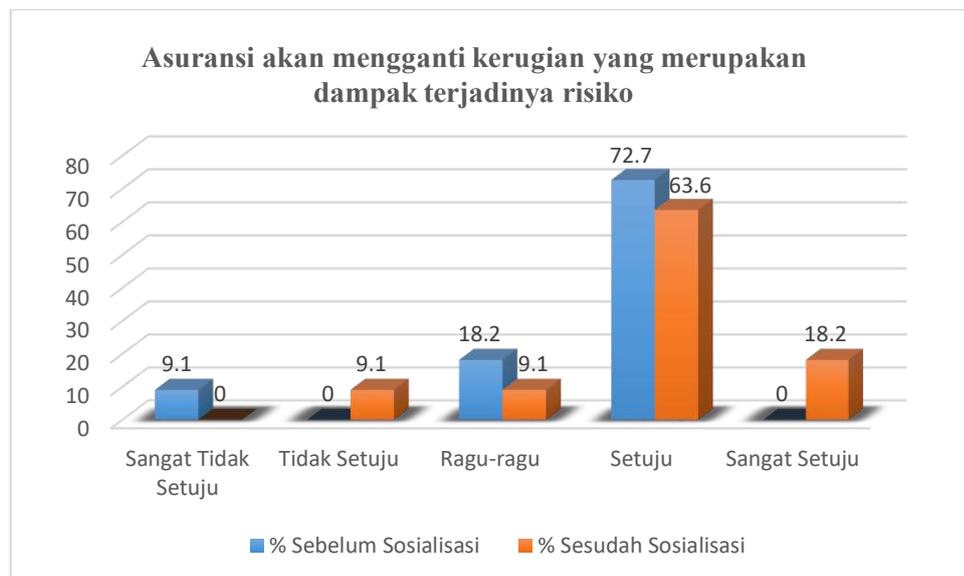
f. Analisis terhadap data yang diperoleh dari penyebaran kuesiner, dapat dilihat pada diagram sebagai berikut :



**Gambar 1 : Diagram respon warga Komplek terhadap pernyataan :
"Asuransi adalah salah satu mekanisme pengalihan risiko"**

Dalam diagram dapat dijelaskan , jawaban warga komplek atas pernyataan bahwa "Asuransi adalah salah satu mekanisme pengalihan risiko", sebelum dan sesudah dilakukan sosialisasi, secara berturut turut adalah sebagai berikut : 27,3%-9,1% menjawab sangat tidak setuju; 0%-9,1% menjawab tidak setuju; 0%-0% menjawab ragu-ragu; 63,6%-72,7% menjawab setuju; dan 9,1%-18,2% menjawab sangat setuju. Dari jumlah prosentase yang menyatakan

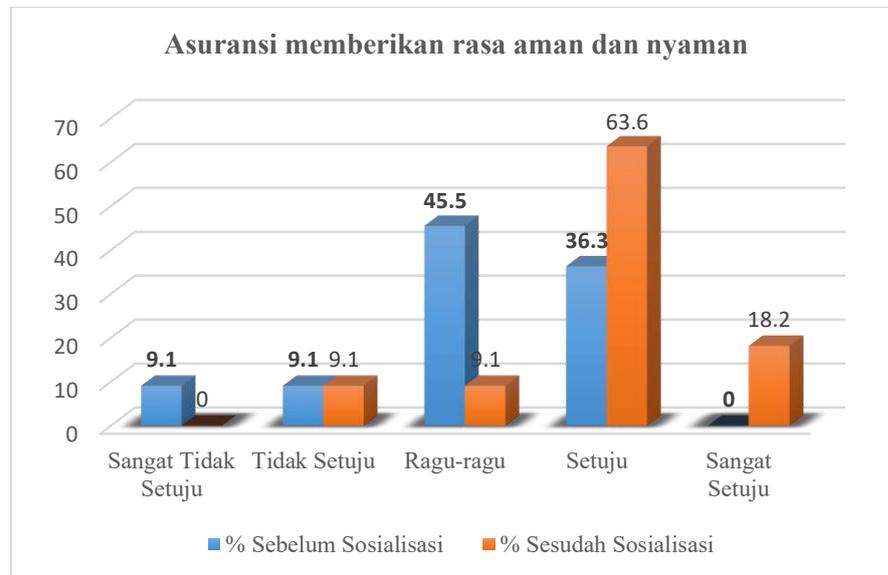
setuju bahwa asuransi merupakan salah satu mekanisme pengalihan risiko, berjumlah 63,6%-72,7% dapat diasumsikan bahwa warga Komplek sudah paham tentang asuransi. Pengaruh sosialisasi terlihat pada penurunan prosentase yang menjawab tidak setuju dari 27,3% sebelum sosialisasi menjadi 9,1% setelah sosialisasi; dan kenaikan prosentase jawaban setuju dari 63,6% sebelum sosialisasi menjadi 72,7% setelah sosialisasi, serta kenaikan prosentase jawaban sangat setuju dari 9,1% sebelum sosialisasi menjadi 18,2% setelah sosialisasi.



Gambar 2 : Diagram respon warga Komplek terhadap pernyataan: “Asuransi akan mengganti kerugian yang merupakan dampak terjadinya risiko ”

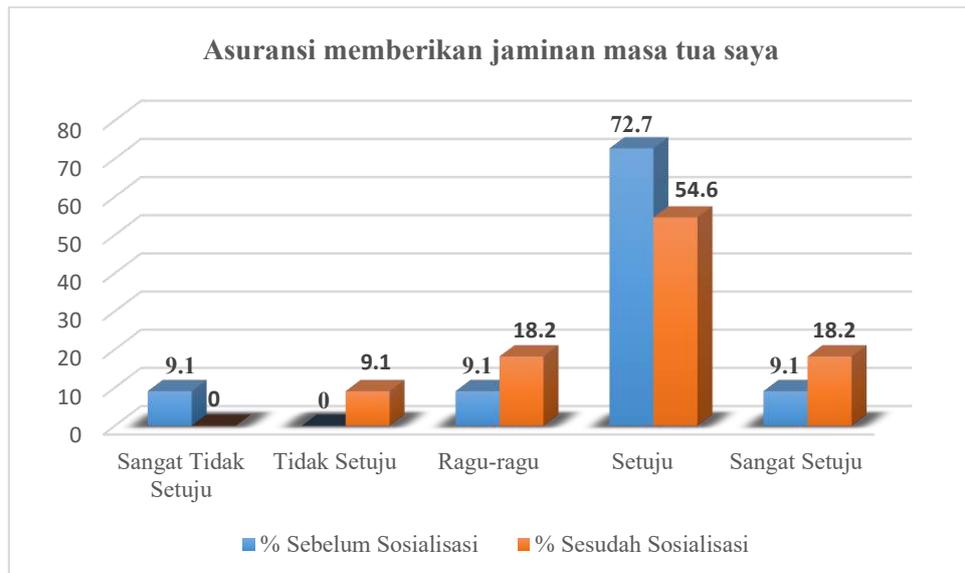
Secara keseluruhan, prosentase jawaban warga komplek terhadap pernyataan bahwa asuransi akan mengganti kerugian yang merupakan dampak terjadinya risiko, berturut-turut sebelum dan sesudah sosialisasi adalah sebagai berikut : 9,1%-0% untuk jawaban sangat tidak setuju; 0%-9,1% untuk jawaban tidak setuju; 18,2%-9,1% untuk jawaban ragu-ragu; 72,8%-63,6% untuk jawaban setuju, dan 0%-18,2% untuk jawaban sangat tidak setuju. Dari data ini juga dapat diasumsikan bahwa warga Komplek sebagian besar sudah memahami asuransi. Pengaruh sosialisasi juga terlihat pada penurunan prosentase jawaban ragu-ragu dari 18,2% sebelum sosialisasi menjadi 18,2% setelah sosialisasi, penurunan jawaban setuju dari 72,7% sebelum sosialisasi

menjadi 63,6% setelah sosialisasi. Penurunan prosentase ini disebabkan karena merubah pernyataan menjadi sangat setuju, sehingga prosentase jawaban sangat setuju naik dari 0% sebelum sosialisasi menjadi 18,2% setelah sosialisasi.



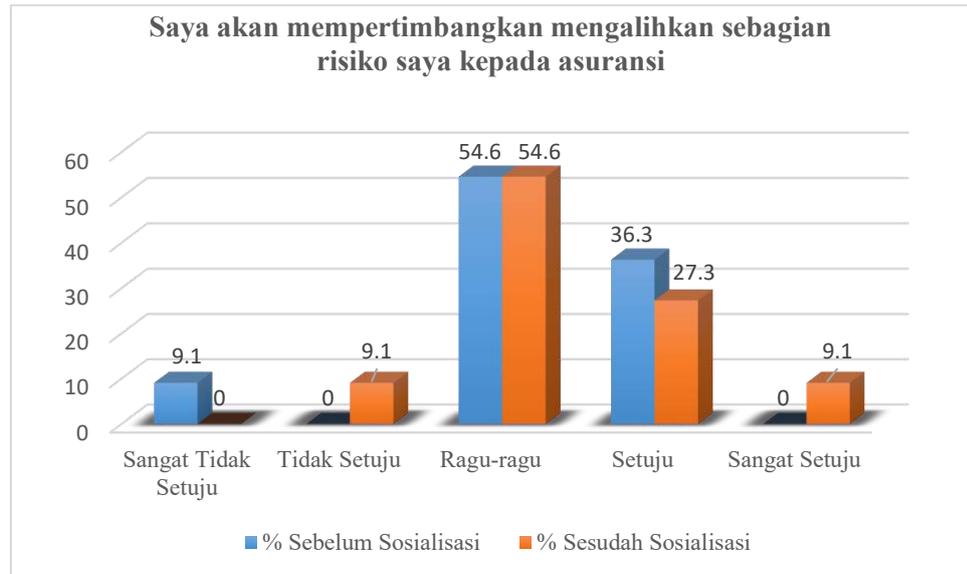
Gambar 3 : Diagram respon warga Komplek terhadap pernyataan : “Asuransi memberikan rasa aman dan nyaman”

Berturut-turut, prosentase jawaban warga komplek terhadap pernyataan bahwa asuransi memberikan rasa aman dan nyaman, sebelum dan sesudah sosialisasi adalah sebagai berikut : 9,1%-0% untuk jawaban sangat tidak setuju; 9,1%-9,1% untuk jawaban tidak setuju; 45,5%-9,1% untuk jawaban ragu-ragu; 36,3%-63,6% untuk jawaban setuju, dan 0%-18,2% untuk jawaban sangat setuju. Dari data ini juga dapat diasumsikan bahwa warga Komplek sebagian besar sudah memahami asuranasi. Pengaruh sosialisasi juga terlihat pada penurunan prosentase jawaban sangat tidak setuju dari 9,1% sebelum sosialisasi menjadi 0% setelah sosialisasi; penurunan prosentase jawaban ragu-ragu dari 45,1% menjadi 9,1% setelah sosialisasi; kenaikan prosentase jawaban setuju dari 36,3% sebelum sosialisasi menjadi 63,6% setelah sosialisasi dan kenaikan jawaban sangat setuju dari 0% sebelum sosialisasi menjadi 18,2% setelah sosialisasi.



**Gambar 4 : Diagram respon warga Komplek terhadap pernyataan :
“Asuransi memberikan jaminan masa tua saya”**

Prosentase jawaban warga komplek terhadap pernyataan bahwa asuransi memberikan jaminan masa tua saya, secara berturut-turut, sebelum dan sesudah sosialisasi adalah sebagai berikut : 9,1%-0% untuk jawaban sangat tidak setuju; 0%-9,1% untuk jawaban tidak setuju; 9,1%-18,2% untuk jawaban ragu-ragu; 72,8%-54,6% untuk jawaban setuju, dan 9,1%-18,2% untuk jawaban sangat setuju. Dari data ini juga dapat diasumsikan bahwa warga Komplek sebagian besar sudah memahami asuransi. Pengaruh sosialisasi terlihat pada penurunan prosentase jawaban sangat tidak setuju dari 9,1% sebelum sosialisasi menjadi 0% setelah sosialisasi, Meskipun prosentase jawaban setuju mengalami penurunan dari 72,8% sebelum sosialisasi menjadi 54,6%, setelah sosialisasi, namun terlihat ada kenaikan prosentase untuk jawaban sangat setuju dari 9,1% sebelum sosialisasi menjadi 18,2% setelah sosialisasi.



Gambar 5 : Diagram respon warga Komplek terhadap pernyataan : “Saya akan mempertimbangkan mengalihkan sebagian risiko saya kepada asuransi”

Untuk jawaban atas pernyataan bahwa akan mempertimbangkan mengalihkan sebagian risiko saya kepada asuransi, prosentase jawaban warga komplek secara berturut-turut, sebelum dan sesudah sosialisasi adalah sebagai berikut : 9,1%-0% untuk jawaban sangat tidak setuju; 0%-9,1% untuk jawaban tidak setuju; 54,6%-54,6% untuk jawaban ragu-ragu; 36,3%-27,3% untuk jawaban setuju, dan 0%-9,1% untuk jawaban sangat setuju. Pengaruh sosialisasi terlihat dari adanya penurunan prosentase jawaban sangat tidak setuju dari 9,1% sebelum sosialisasi menjadi 0% setelah sosialisasi; kenaikan prosentase jawaban sangat setuju dari 0% sebelum sosialisasi menjadi 9,1% setelah sosialisasi. Kenaikan prosentase jawaban tidak setuju dari 0% sebelum sosialisasi menjadi 9,1% setelah sosialisasi diperkirakan merupakan perpindahan dari jawaban sangat tidak setuju yang memberikan peningkatan penilaian menjadi tidak setuju, dan penurunan jawaban setuju 36,3% sebelum sosialisasi menjadi 27,3% setelah sosialisasi diperkirakan memberikan peningkatan dan beralih menjadi sangat setuju. Jika dilihat pada diagram di atas, 54,6% menjawab ragu-ragu, baik sebelum maupun setelah sosialisasi. Ini menandakan bahwa warga Komplek belum sepenuhnya memberikan kepercayaan kepada asuransi. Dari wawancara yang dilakukan, ketidakpercayaan terhadap asuransi muncul karena ketidakpuasan dan kekecewaan

yang mereka alami, diantaranya ada yang merasa bahwa sebagai peserta asuransi kesehatan yang telah membayar premi bertahun-tahun, mereka diperlakukan sebagai pasien di bawah kelas pasien yang membayar. Meskipun kondisi ini bukan selalu demikian, namun faktanya ada yang merasakan seperti itu. Kekecewaan juga terjadi atas kasus klaim meninggal pada salah satu perusahaan asuransi jiwa ternama. Klaim tidak dibayar karena tertanggung telah beberapa bulan tidak melaksanakan kewajiban membayar premi, sementara tertanggung tidak mengetahui jika kewajiban preminya tidak dibayar, dikarenakan kewajiban membayar premi dialihkan pada puteranya. Hal ini menimbulkan kondisi *lapse*, dimana nilai tunai yang ada tidak mencukupi untuk membayar klaim. Yang disayangkan adalah, mengapa pihak asuransi tidak memberitahukan atau melakukan penagihan sehingga tidak akan terjadi kondisi *lapse*, yang akan merugikan tertanggung pada saat terjadi risiko. pada saat atas perlakuan Satu hal yang menjadi perhatian adalah pertanyaan yang disampaikan oleh warga yang memiliki kasus di atas , apakah setiap kasus seperti di atas selalu dimenangkan oleh perusahaan asuransi, artinya apakah tidak ada tempat untuk mengadu sebagai pihak yang netral yang akan memberikan solusi yang tidak saling merugikan.

Dari hasil wawancara dan menerima keluhan dari warga terkait dengan asuransi, membuka wawasan bagi kami terkait materi yang perlu disampaikan pada saat sosialisasi, agar masyarakat memperoleh wawasan yang komprehensif sehingga memahami asuransi bukan hanya paham tentang arti dan fungsi asuransi saja, namun juga memahami terkait dengan hak dan kewajiban serta permasalahan-permasalahan yang mungkin timbul dalam berasuransi serta bagaimana solusinya.

”

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diselenggarakan pada warga Komplek BATAN, Cirendeui, Ciputat, Tangerang Selatan, dapat ditarik simpulan dan saran sebagai berikut :

5.1 Simpulan

a. STMA Trisakti telah memberikan kontribusi kepada warga Komplek BATAN, Cireundeui, Ciputat Timur, Tangerang Selatan, berupa sosialisasi asuransi melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh dosen;

b. Warga Komplek BATAN belum dapat diyakinkan untuk memberikan kepercayaan kepada asuransi sebagai partner dalam menyelesaikan masalah keuangan dan warga belum berminat untuk meningkatkan kepemilikan polis asuransi. Hal ini didasarkan pada hasil jawaban kuesioner pada pernyataan “Saya akan mempertimbangkan mengalihkan sebagian risiko saya kepada asuransi” dimana 54,6% menjawab ragu-ragu dan konsisten saat sebelum sosialisasi maupun sesudah sosialisasi.

c. 5.2 Saran

a. Sebagai lembaga pendidikan tinggi dalam bidang asuransi, peran STMA Trisakti untuk mensosialisasikan asuransi sangat diperlukan. Hal ini dalam upaya mengedukasi masyarakat, bahwa untuk menghadapi risiko yang ada dalam kehidupan secara pribadi maupun dalam kegiatan usaha, asuransi sebagai lembaga pengelola risiko dapat dijadikan sebagai partner. Disarankan agar kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan, dan bekerja sama dengan OJK sebagai penyanggah dana;

b. Perlu dirancang materi sosialisasi yang standar dan komprehensif tentang asuransi , yang dapat digunakan oleh setiap dosen yang ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi asuransi.





DAFTAR PUSTAKA

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian

Ayat, Safri. (2003). *Pengantar Manajemen Risiko* Jakarta: Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti

Basu Swastha, 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Liberty

Materi Pelatihan Profesional Tata Kelola Risiko Berkualifikasi, Persiapan Sertifikasi Manajemen Risiko Berbasis SNI ISO 31000

Parasian, Leonardo Imanuel (2018). *Pengaruh Pegetahuan, Motivasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Jakarta dalam Membeli Asuransi Kendaraan Bermotor*. Jakarta : Sekolah Tinggi Manajemen Asuransi Trisakti

Wawan, A., M, Dewi. (2014) *Teori & Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta : Nuha Medika

Wibisaputra, Adiztya. (2011). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3kg (di PT. Candi Agung Pratama Semarang)*. Semarang : Universitas Diponegoro

Yoestini dan Eva Sheila R, 2007. *Jurnal Sain Pemasaran Indonesia*. Vol IV (3) : 261-271. Jakarta

[https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/GNGWw2LN-allianz-indonesia-siap-dukung-peningkatan-penetrasi,](https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/GNGWw2LN-allianz-indonesia-siap-dukung-peningkatan-penetrasi)