

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
ASURANSI PENDIDIKAN MITRA IQRA PLUS
DALAM KAJIAN ASURANSI SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)

SKRIPSI

Oleh:

ATIKA ANDRIANI

NIM. 0505172034

Program Studi:

ASURANSI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022 M/1444 H

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
ASURANSI PENDIDIKAN MITRA IQRA PLUS
DALAM KAJIAN ASURANSI SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Srata (S1)

Asuransi Syariah

Oleh:

ATIKA ANDRIANI

NIM. 0505172034

Program Studi:

ASURANSI SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022 M/1444 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Atika Andriani
Nim : 0505172034
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 01 Oktober 1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Pasar 7 Tengah Gg. Flamboyan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul "**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN ASURANSI PENDIDIKAN MITRA IQRA PLUSDALAM KAJIAN ASURANSI SYARIAH** (Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya

Medan, 09 Desember 2021

Yang membuat pernyataan



Atika Andriani

NIM. 0505172034

PERSETUJUAN
Skripsi

**ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN
ASURANSI PENDDIKAN MITRA IQRA PLUS
DALAM KAJIAN ASURANSI SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)

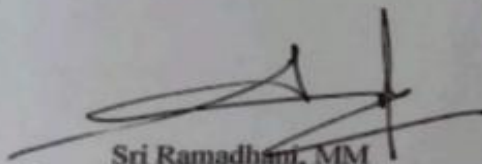
Oleh:

ATIKA ANDRIANI
Nim. 0505172034

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Asuransi Syariah

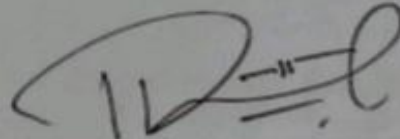
Medan, 09 Desember 2021

Pembimbing I



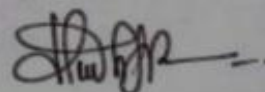
Sri Ramadhani, MM
NIDN. 2015107502

Pembimbing II



Rahmat Daim Harahap, M.AK
NIDN. 0126099001

Mengetahui
Ketua Jurusan Asuransi Syariah



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIDN: 2029019101

LEMBAR PENGESAHAN

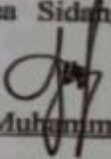
Skripsi yang berjudul "Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah (Studi kasus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)" atas nama Atika Andriani, Nim: 0505172034, Program Studi Asuransi Syariah telah di Munaqasyahkan pada tanggal 20 Januari 2021, Skripsi ini telah diterima sebaai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Asuransi Syariah.

Medan, 20 Januari 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi


Program Studi Asuransi Syariah UINSU

Ketua Sidang


Dr. Muhammad Arif, MA

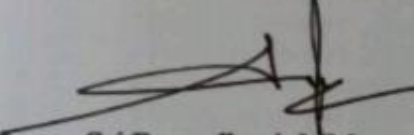
NIDN. 2112018501

Sekretaris Sidang

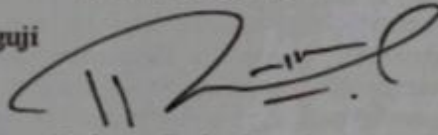

Rahmi Syahriza S.Thl, MA

NIDN. 2003018501

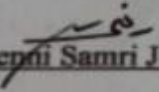
Anggota Penguji


Sri Ramadhani, MM

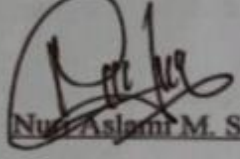
NIDN. 2015107502


Rahmat Daim Harahap, M.AK

NIDN. 0126099001


Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, S.HL, M.A

NIDN. 2001077903


Nur Aslami M. Si

NIDN. 2019029303

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UINSU Medan


Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag

NIDN. 2023047602

ABSTRAK

Atika Andriani, Nim: 0505172034, judul **Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah (Studi kasus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)**” dengan pembimbing I Ibu Sri Ramadhani, MM dan pembimbing II Bapak Rahmat Daim Harahap, M.AK.

Mitra Iqra Plus merupakan salah satu produk yang dimiliki PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan, yang bertujuan untuk membantu dana pendidikan anak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan, penerapan prinsip syariah dalam implementasi pemasaran produk Asuransi Jiwa PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan, serta tantangan dalam implementasi syariah pemasaran yang dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah mereduksi data, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan mengimplementasikan sesuai dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah mulai dari Hikmah (Strategi), Kebutuhan (*Need*), Halal (*Tayyibat*), Kesejahteraan (*Falah*), Persetujuan timbal balik (*Mutual Consent*). Faktor penghambat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah, kurangnya *agent* serta nasabah sulit ditagih untuk pembayaran premi. Tantangannya adalah Pengembangan teknologi yang masih kurang, Lemahnya *market share* PT. AJS Bumiputera karena kurangnya dukungan dari pemerintah dan masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Syariah, Mitra Iqra Plus, Asuransi Syariah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil'alamin. Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah (Studi kasus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)**”. Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW, sebagai tauladan dan panutan bagi seluruh umat manusia yang telah membawa alam kejahiliah menuju alam yang terang benderang yaitu agama islam.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk melengkapi persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1) pada Prodi Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Ucapkan terima kasih yang pertama penulis sampaikan hormat dan terima kasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua saya **Ayahanda tercinta Rudi dan Almarhumah Ibunda tercinta Yanti Murni**, tidak luput seluruh keluarga saya yang senantiasa memberikan doa, nasehat, dorongan semangat, bantuan baik berupa moral maupun materil untuk dapat menyelesaikan tugas-tugas diperkuliahan sehingga dapat memperoleh gelar Sarjanah Ekonomi (SE).

Penulis menyadari, penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof Dr. Syahri Harahap, MA** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. **Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bimis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. **Ibu Tri Inda Fadhila Rahma, M.E,I** selaku Ketua Jurusan Prodi Asuransi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. **Ibu Sri Ramadhani, MM** selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan

5. memberikan masukan dengan baik kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. **Bapak Rahmat Daim Harahap, M.AK** selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan dengan baik kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
7. **Bapak Muhammad Arif M.A** selaku Pembimbing Akademik (PA) yang selalu bersedia meluangkan waktu kepada penulis selama perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
8. Teristimewa keluarga besar saya, **Ayahanda tercinta Rudi, Almarhumah Ibunda tercinta Yanti Murni dan Adik tersayang M. Reyhan**, terimakasih atas doa dan dukungan, kasih sayang, perhatian, pengorbanan serta dukungan baik moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan, serta pegawai-pegawai PT. AJS Bumiputera yang membantu dan memberikan informasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada seluruh Staf pengajar dan pegawai lingkungan jurusan Asuransi Syariah UIN Sumatera Utara atas segala didikan selama masa perkuliahan.
11. Seluruh teman-teman dan rekan seperjuangan dari keluarga besar UIN Sumatera Utara Khususnya Prodi Asuransi Syariah C Stambuk 2017.

Penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan yang diberikan, semoga kebaikan dan jasa yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan ketidaksempurnaan,

dimohonkan saran dan kritiknya yang sifatnya membangun penulis untuk perbaikan skripsi ini yang sangat diharapkan penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaatnya untuk semua, terutama untuk penulis sendiri sebagai karya yang pertama, semoga Allah SWT meridhai kerja dan usaha-usaha yang telah dikerjakan selama ini Aamiin.

Medan, 09 Desember 2021

Atika Andriani

NIM. 0505172034

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Strategi Pemasaran Syariah	11
1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah.....	11
2. Karakteristik dan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah	15
3. Etika Pemasaran Syariah.....	19
4. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Syariah	21
B. Asuransi Syariah	25
1. Pengertian Asuransi Syariah	25
2. Landasan Hukum Asuransi Syariah	28
3. Akad-Akad Asuransi Syariah.....	34
4. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah	34
C. Asuransi Pendidikan	37
D. Kajian Terdahulu.....	43

BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan Penelitian.....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	50
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	50
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	51
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Bahan	53
F. Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum PT. AJS Bumiputera KPS Medan.....	57
B. HASIL PENELITIAN	62
C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	73
BAB V PENUTUP.....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	1
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Dana Pendidikan Tahun 2017-2020.....	5
Tabel 1.2 Jumlah Peserta asuransi syariah pada periode 2017-2021 PT. Asuransi Jiwa syariah Bumiputera KPS Medan	8
Tabel 2.1 Kajian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	55
Tabel 4.1 Pemegang Polis dan Peserta Asuransi Mitra Iqra Plus	82
Tabel 4.2 Ilustrasi Program Asuransi Mitra Iqra Plus	83
Tabel 4.3 Brosur Cara Bayar Ujrah PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Login SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa) PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan	45
Gambar 2.2 SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa) PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan.....	46
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.....	64
Gambar 4.2 Logo PT. AJS Bumiputera	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah secara global mulai meningkat, terlihat dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah yang menerapkan prinsip syariah, termasuk asuransi syariah. Menurut ASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia) perusahaan asuransi lebih memilih membuat unit syariah dibandingkan tradisional, karena hukum syariah diatur baik dalam undang-undang maupun dalam fatwa yang menjadi acuan bagi umat Islam yang sesuai dengan aturan dan perkembangan zaman. Dimana keberadaan asuransi syariah tidak hanya menciptakan bisnis bagi peserta asuransi syariah dalam hal pengalihan risiko, tetapi dapat memberikan manfaat untuk peserta, karena unsur operasionalnya tidak hanya untuk keuntungan perusahaan tetapi juga untuk peserta. Asuransi adalah kesediaan setiap orang untuk mengidentifikasi kerugian kecil (sedikit) yang pasti untuk menggantikan kerugian besar yang tidak pasti.¹

Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful* atau *Tadhamun*) adalah upaya saling melindungi dan membantu antar sejumlah orang/pihak melalui investasi dan/atau Tabarru' dalam bentuk aset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu. Kontrak (akad) yang sesuai dengan Syariah (Fatwa DSN No. 21/DSNMUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah).²

Jika dilihat dari kuantitas, perkembangan asuransi syariah di Indonesia tumbuh relatif pesat. Namun pada kenyataannya asuransi syariah belum sepenuhnya memaksimalkan potensinya, asuransi syariah masih menghadapi beberapa kendala. Direktur Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menegaskan, masyarakat Indonesia belum menyadari pentingnya asuransi,

¹ Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2005), h. 1.

² Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21/DSN-MUI/X/2001/ tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat asuransi syariah. Padahal, lembaga keuangan syariah memiliki keunggulan tidak hanya dalam aspek hukum, tetapi juga dalam sistem ekonomi alternatif yang mendukung percepatan pembangunan ekonomi Indonesia.³ Dengan demikian, asuransi syariah dapat lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran asuransi syariah untuk memperkenalkan fungsi asuransi syariah kepada masyarakat, dan kehadiran asuransi syariah akan memberikan manfaat (*Maslahat*).

Persaingan pada dunia perasuransi sangat pesat. Oleh karena itu, setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan bisnisnya dan reputasi nama baik perusahaan. Sehingga perusahaan berusaha semaksimal mungkin menjalin kerja sama dengan calon peserta asuransi syariah dan juga meningkatkan daya tarik beli calon peserta asuransi syariah dengan memperlihatkan keunggulan produk yang dimiliki perusahaan. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan penjualan ialah dengan menguasai pasar lebih luas, pemasaran sangat penting dilakukan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan peserta asuransi syariah akan suatu produk atau jasa. Karena, pemasaran (*marketing*) merupakan salah satu instrumen terpenting dalam dunia bisnis untuk mencapai target pasar, pemasaran juga merupakan salah satu kunci dari kesuksesan bisnis di era milenium ini. Dalam mencapai pemasaran yang tepat dan terbaik untuk diterapkan maka para perusahaan melihat dari faktor Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), dimana dalam bauran pemasaran adanya empat variable yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*) dan Tempat (*Place*).⁴

Setiap kegiatan membutuhkan perencanaan atau strategi yang efektif untuk mencapai tujuan yang di inginkan. Oleh karna itu, perlu untuk dipikirkan apa

³ Herry Sutanto & Khairul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), h. 7.

⁴ Philip Kolter, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 terj. Benyamin Molan*, (Jakarta: Indeks Gramedia, 2005), h. 19.

yang harus dilakukan untuk dapat mencapai sasaran yang dituju. Strategi adalah aspek yang penting untuk diterapkan dalam berbisnis, karena strategi meliputi memenangkan pasar melalui perencanaan strategi yang berorientasi di pasar dengan mengumpulkan informasi dan mengukur permintaan pasar, mencari peluang di lingkungan pasar dan menganalisis perilaku konsumen dan juga menghadapi pesaing.

Pemasaran dalam Syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis yaitu penciptaan nilai (*Value Creating Activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang dilandasi dengan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami. Strategi pemasaran dalam perusahaan perlu, karena apabila strategi pemasaran pada asuransi yang digunakan tepat maka masyarakat akan lebih mengenal asuransi dan yakin bahwa dengan hadirnya asuransi dalam kehidupan memberikan manfaat, kejahteraan dan meringankan beban apabila tertimpa suatu musibah.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera merupakan perusahaan asuransi jiwa swasta nasional yang pertama di Indonesia. Bermula dari Unit Usaha Syariah (UUS) Asuransi Jiwa Bersama Bumi putera 1912 yang mulai dibentuk pada tahun 2002. Sejalan dengan pertumbuhan bisnis dan semakin meningkatkan layanan kepada masyarakat. UUS AJB Bumiputera 1912 menjadi entitas bisnis yang berdiri sendiri sebagai PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.⁵

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera resmi beroperasi (*Spin Off*) pada tanggal 5 September 2016 setelah mendapatkan izin usaha di bidang asuransi jiwa dengan prinsip syariah dari Otoritas Jasa Keuangan(OJK) dengan Nomor KEP74/D.05/2016. Berdirinya PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera tidak terlepas dan strategi untuk mengakselerasi usaha memperluas pangsa pasar PT

⁵ Bumiputera Proven OverTime, <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/profil-kami/>, di unduh pada tanggal 02 Mei 2020, 22:15 Wib.

Asuransi Jiwa Syariah dan memberikan pelayanan optimal kepada masyarakat Indonesia. PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera lahir sebagai perusahaan asuransi jiwa dengan jaringan yang cukup luas dengan 50 Kantor Pemasaran Syariah (KPS) di 39 Kota dan didukung oleh lebih dari 3.000 tenaga pemasaran asuransi syariah yang berpengalaman.

Dengan mewarisi tradisi panjang sebuah perusahaan asuransi serta pengalaman lebih dari 105 tahun, PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera memiliki keakuratan berkompetisi ditengah dinamika pasar asuransi jiwa syariah yang terus tumbuh dari waktu ke waktu. Pada awal pembentukan divisi atau cabang asuransi syariah mempunyai sarana dan prasarana SDM, perkantoran dan sistem yang terbatas. Namun, divisi asuransi telah mulai beroperasi, ditandai dengan dilimpahkannya pengelolaan asuransi kumpulan perjalanan haji dari divisi asuransi kumpulan dan selanjutnya diluncurkan produk asuransi perorangan syariah Mitra Mabrur Plus dan Mitra Iqra pada pertengahan april 2003 dan Mitra Sakinah awal tahun 2004. Pada tahun 2006 Asuransi Bumiputera Syariah berkembang dengan membuka cabangnya di Medan tepatnya di provinsi Sumatera Utara, yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No. 18, Petisa Hulu, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 2015.⁶

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan memiliki produk tersendiri yaitu asuransi pendidikan atau yang disebut dengan Mitra Iqra Plus. Mitra Iqra Plus (Asuransi Pendidikan) merupakan program khusus yang mengcover biaya pendidikan anak. Sehingga anak dapat memiliki kesempatan memperoleh pendidikan sesuai dengan jenjangnya, selain itu mendapatkan kesempatan memperoleh hasil investasi dan pengembangan dana kontribusi yang di bayar melalui sistem bagi hasil (*Mudharabah*).

Asuransi pendidikan menjadi salah satu produk yang menarik perhatian masyarakat. Hal ini dilihat dari meningkatnya kesadaran para orangtua akan

⁶ Jimmi Firmansyah, Kepala Staf Pemasaran PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 26 Agustus 2021.

pentingnya pendidikan buat putra/putri-nya. Karena, pendidikan menjadi kebutuhan setiap anak, dimana setiap anak berhak untuk memperoleh pendidikan yang baik dan berkualitas. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri biaya pendidikan naik tiap tahunnya, biaya pendidikan yang meningkat perlu diantisipasi dengan perencanaan keuangan yang baik supaya anak-anak mendapatkan pendidikan yang berkualitas dan terjamin dengan mencari alternatif pembiayaan untuk pendidikan anak.

Tabel 1.1
Dana Pendidikan Tahun 2017-2020

Tahun	Total Dana Pendidikan		
	SD	SMP	SMA
2017	4.500.000	5.000.000	9.500.000
2018	4.950.000	5.500.000	10.450.000
2019	4.955.000	5.550.000	10.545.000
2020	4.999.500	5.555.000	10.554.500

Sumber: Dokumentasi Badan Pusat Statistik (BPS) Dana Pendidikan Tahun 2017-2020

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) kenaikan dana pendidikan di Indonesia sebesar 10% pertahun,⁷ jika dilihat 5 tahun belakangan ini dana pendidikan naik tiap tahunnya. Pada tahun 2017 dana pendidikan untuk SD sebesar 4.500.000, sedangkan untuk SMP sebesar 5.000.000 dan sedangkan untuk SMA sebesar 9.500.000. Pada tahun 2018 dana pendidikan naik 10% untuk SD sebesar 4.950.000, hal ini menunjukkan kenaikan dana pendidikan SD ditahun 2018 sebesar 450.000 dari tahun sebelumnya, SMP dana pendidikan naik sebesar 500.000 menjadi 5.500.000, sedangkan SMA dana pendidikan naik sebesar 950.000 menjadi 10.450.000. Pada tahun 2019 dana pendidikan untuk SD naik sebesar 40.000 menjadi 4.955.000, SMP kenaikan dana pendidikan sebesar 50.000 menjadi 5.550.000, sedangkan dana pendidikan SMA naik

⁷ Sindonews.com, <https://ekbis.sindonews.com/berita/14263/34/biaya-pendidikan-naik-10%-rencanakan-dana-pendidikan-sadari-dini>, di Unduh Pada Tanggal 28 Agustus 2021, 19:23 Wib.

sebesar 95.000. Pada tahun 2020 dana pendidikan SD naik sebesar 44.000 menjadi 4.999.500, untuk SMP naik sebesar 5.000 menjadi 5.555.000, sedangkan SMA naik sebesar 9.000 menjadi 10.554.500.⁸

Dapat disimpulkan dari data BPS tersebut menunjukkan biaya pendidikan tiap tahunnya mengalami peningkatan, hal ini disebabkan karena meningkatnya APBN yang mengakibatkan mahal biaya pendidikan, sehingga orangtua harus benar-benar merencanakan dan menyediakan dana pendidikan anak sedini mungkin, bahkan sejak anak masih dalam kandungan, hal ini bertujuan untuk meringankan biaya pendidikan yang harus dikeluarkan saat anak memasuki usia sekolah.

Mitra Iqra Plus (Asuransi pendidikan) merupakan salah satu solusi yang tepat dalam menangani finansial dalam pendidikan, Mitra Iqra Plus dirancang khusus untuk menjadi mitra belajar bagi buah hati, Sehingga orang tua tidak merasa cemas akan pendidikan anak, anak bisa menuntut ilmu setinggi-tingginya dan memiliki masa depan yang cemerlang. Akad yang digunakan dalam Mitra Iqra Plus (Asuransi Pendidikan) adalah akad *Tabarru*, akad *Wakalah bil Ujrah* dan akad *Mudharabah*. Manfaat produk asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan yaitu:⁹

Adapun manfaat asuransi pendidikan sebagai berikut:

1. Melindungi orangtua (sebagai asuransi jiwa bagi orangtua)
2. Memberikan rasa tenang
3. Menjamin kepastian biaya pendidikan anak

⁸ Databoks.com, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/17/jakarta-memiliki-biaya-pendidikan-smp-termahal-di-indonesia>, Rata-Rata Total Biaya Pendidikan SMP/Sederejat T.A.2017/2018, di Unduh Pada Tanggal 28 Agustus 2021, 20:18 Wib.

⁹ Ibid, Brosur Bumiputera Syariah..., di unduh pada tanggal 02 Agustus 2021.

Tabel 1.2
Jumlah Peserta PT. AJS Bumiputera KPS Medan
Produk Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar Plus Periode 2017-2020

No	Tahun	Jumlah Peserta asuransi syariah	Jumlah Premi
1	2017	48	145.850.000
2	2018	36	130.000.000
3	2019	45	143.400.000
4	2020	80	200.748.000

Sumber: Dokumentasi Jumlah Peserta Mitra Iqra Plus PT. AJS, KPS Medan pada produk Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar Plus pada periode 2017-2020

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah peserta asuransi syariah Asuransi Jiwa syariah Bumiputera pada setiap tahun mengalami naik dan turun. Pada tahun 2017 jumlah peserta asuransi syariah asuransi pendidikan mitra iqrar plus sebanyak 48 peserta asuransi syariah dengan jumlah premi 145.850.000, sedangkan pada tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 36 peserta asuransi syariah dengan pengurangan dari tahun sebelum ialah sebanyak 12 peserta asuransi syariah dengan jumlah premi 145.850.000, sedangkan pada tahun 2019 naik sebanyak 9 peserta asuransi syariah menjadi 45 peserta asuransi syariah dengan jumlah 143.400.000. dan pada tahun 2020 jumlah peserta asuransi syariah meningkat sebanyak 80 peserta asuransi syariah asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dengan penambahan sebanyak 44 peserta asuransi syariah dibandingkan tahun 2019 dengan jumlah premi 200.748.000. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sepanjang periode 2017-2020 jumlah peserta asuransi syariah PT. AJS Bumiputera, KPS Medan mengalami naik turun jumlah peserta asuransi syariah produk Mitra Iqra Plus, hal ini menunjukan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh PT. AJS Bumiputera KPS, Medan berjalan dengan kurang efektif.

Hasil wawancara dengan bapak Jimmi Firmansyah yang merupakan Kepala Staf Pemasaran di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Beliau mengatakan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produk adalah melalui agen yang handal dengan personal seling kepada peserta asuransi syariah, memberikan pelayan terbaik kepada peserta asuransi syariah dan promosi yang dilakukan melalui periklanan.¹⁰ Hasil wawancara dengan bapak Robby Ryo Irawan merupakan Staff Pemasaran di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Beliau mengatakan bahwa Penerapan dan pelaksanaan dalam strategi pemasaran di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan dilakukan sesuai dengan syariat islam yaitu Al-Quran'an dan Hadist, yang juga bertumpu pada karakteristik yaitu ketuhanan (*Rabbaniyah*), menjunjung tinggi akhlak yang mulia (*Akhlaqiyyah*), realitis (*Waqi'iyah*), humanistis (*Al-Insaniyyah*) dan juga etika pemasaran yang dilakukan ialah berdasarkan keteladanan sifat Rasulullah Saw yaitu *shiddiq* (jujur), *Amanah* (dapat dipercaya), *Tabliq* (menyampaikan) dan *Fathanah* (cerdas).¹¹

Dari uraian di atas bahwa PT. AJS Bumiputera merupakan sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi jiwa, pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan masih kurang efektif. Hal tersebut dilihat dari kurang produktifitas penjualan dan kurangnya loyalitas peserta asuransi syariah terhadap asuransi. Perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan perusahaan asuransi lainnya, sehingga perusahaan dapat menciptakan kemampuan bersaing baik dalam hal jenis produk, harga maupun segmen yang dapat menghasilkan produk yang mampu bersaing dengan penerapan prinsip-prinsip syariah. Maka berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang **“Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi**

¹⁰ Jimmi Firmansyah, Kepala Unit Manager PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 26 Agustus 2021.

¹¹ Robby Rio Irawan, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 2 Agustus 2021.

Syariah (Studi kasus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan)”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan dapat dipahami dengan jelas. Maka perlu dilakukan untuk memfokuskan penelitian dan mencegah terlalu luasnya pembahasan. Penelitian ini hanya akan membatasi masalah pada:

1. Penelitian ini dibatasi pada bagaimana implementasi prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan
2. Penelitian ini dibatasi pada apa yang menjadi faktor penghambat dan tantangan dalam implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan adanya rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana implementasi prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan?
2. Apa yang menjadi faktor penghambat dan tantangan dalam implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui implementasi prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat dan tantangan dalam implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

2. Manfaat/ Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat/kegunaan dari penelitian ini ialah:

- a. Manfaat untuk penulis ialah bahwa hasil dari penelitian ini dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus.
- b. Manfaatnya untuk akademisi ialah dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan sebagai bahan untuk referensi atau kajian pustaka untuk menambah informasi penelitian selanjutnya.
- c. Bagi masyarakat ialah penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat tentang Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran Syariah

1. Pengertian Strategi Pemasaran Syariah

Strategi adalah rencana yang diprioritaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi untuk mencapai tujuan tersebut berbeda, strategi dibuat sesuai dengan kesepakatan perusahaan yang beroperasi.¹² Secara umum strategi adalah teknik mencapai kemenangan atau mencapai tujuan. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *Startegia* yang berarti seni panglima yang biasa digunakan dalam peperangan. Menurut Staphane K. Marrus, definisi strategi adalah proses penentuan rencana para pemimpin senior yang difokuskan pada tujuan jangka panjang organisasi dan menyiapkan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut.¹³ Setiap perusahaan perlu membuat strategi inti (*Grand Strategy*) jika strategi tersebut diterapkan dengan baik maka perusahaan dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan dan dicapai. Perusahaan dapat menguasai pangsa pasar yang besar atau posisi pasar yang baik, pangsa pasar merupakan posisi kokoh suatu produk di pasar.

Pemasaran adalah suatu sistem total dalam kegiatan bisnis yang dirancang untuk menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk atau jasa yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran dan tujuan perusahaan. Pemasaran harus dapat menentukan produk dan pasarnya, harga dan promosinya agar dapat memuaskan konsumen. Oleh karena itu, pengertian pemasaran adalah pengidentifikasian dan pemenuhan kebutuhan manusia dan

¹² Sandra Oliver, *Startegi Public Relations*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), h. 2.

¹³ Ibid, Sandra Oliver, *Startegi Public Relations ...*, h. 4.

sosial.¹⁴ Menurut Gronroos, pemasaran bertujuan untuk membangun, mengembangkan hubungan jangka panjang dengan konsumen dengan cara mencapai tujuan bersama, hal ini dilakukan melalui proses pertukaran dan pemenuhan kebutuhan bersama.¹⁵

Defenisi pemasaran syariah yang telah disepakati oleh Dewan *World Marketing Association* (WMA) dalam *World Marketing Conference* di Tokyo April 1998, Hermawan Kartajaya mendefinisikan pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu *inisator* kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip muamalah dalam Islam.¹⁶ Dan pemasaran syariah didefinisikan sebagai pemasaran spiritual yaitu pemasaran yang dilakukan untuk mencapai keridhaan Allah. Sedangkan menurut Kartajaya dan Sula, *Islamic Marketing* adalah disiplin bisnis strategis yang memandu proses penciptaan, penyampaian, dan pertukaran nilai dari produsen (penjual) kepada konsumen (pembeli) sesuai dengan kontrak dan prinsip selama proses berlangsung. Perdagangan (bisnis) dalam Islam.¹⁷ Pemasaran syariah juga didefinisikan adalah semua kegiatan yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, berupa kegiatan penciptaan nilai berdasarkan kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan dalam kegiatan bermuamalah.¹⁸ Sehingga Pemasaran syariah sebagai proses dan strategi (hikmah) tentang pemenuhan kebutuhan melalui produk dan jasa

¹⁴ Philip Kotler, Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 5.

¹⁵ Nurul Huda, et, al. *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi)*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 3.

¹⁶ Defenisi pemasaran ini dipresentasikan oleh Hermawan Kartajaya dalam *World Marketing Conference* di Tokyo April 1998 dan telah diterima oleh anggota Dewan *World Marketing Association* (WMA) sebagai satu-satunya proposal defenisi pemasaran yang meliputi seluruh dunia dan akan didistribusikan kepada akademisi sebagai sebuah dokumen diskusi yang formal. Muhammad Syakir Sula, 2004: *Asuransi Syariah (Life and General) konsep dan sistem operasional*, Gema Insani, Jakarta, h. 424.

¹⁷ Wetria Fauzi, *Hukum Asuransi Indonesia*, (Padang: Andalas Universitas Press, 2019), h. 67.

¹⁸ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2017), h. 17.

halal (*thayyibat*) dengan persetujuan yang timbal balik (bersama) dan kesejahteraan (*falah*) bagi kedua belah pihak yaitu para pembeli dan para penjual untuk tujuan mencapai kesejahteraan material dan spiritual di dunia dan akhirat. Pemasaran syariah menekankan prinsip pemasaran yang sesuai dengan hukum syariat Islam dalam proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga dapat menyeimbangkan dunia dan akhirat. *Hablum Minallah* yaitu hubungan dengan Tuhan dalam hal bertanggung jawab atas segala tindakan dan aktivitas dalam ibadah dan pemasaran dan *Hablum Minannas* yaitu hubungan antara manusia dengan manusia. Artinya dalam memberikan kebutuhan dapat bermanfaat bagi manusia, pemasaran bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, pemasaran memegang peranan penting dalam strategi, memahami strategi pemasaran ini merupakan cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini juga didukung oleh Swastah, yang menggambarkan strategi pemasaran sebagai serangkaian proyek menarik yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.¹⁹ Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai logika pemasaran dengan unit bisnis berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya, dapat dipahami bahwa strategi pemasaran adalah suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam rangka mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Dalam muamalah diperbolehkan menggunakan strategi yang berbeda dalam memasarkan suatu produk selama strategi tersebut tidak menghalalkan segala cara, tidak menggunakan cara yang salah, tidak melakukan penipuan dan kebohongan, serta menasehati pihak lain. Dengan demikian, kecurangan dalam strategi pemasaran dilarang dalam Islam, karena kecurangan melibatkan penipuan dan ketidakadilan sedangkan Allah Swt telah melarangnya. Strategi pemasaran syariah yaitu untuk memenangkan *mind share*, metode pemasaran

¹⁹ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowantun, (Jakarta: Erlaga, 1991), h. 5.

yang sesuai dengan Syariah untuk memenangkan pangsa pasar, nilai pemasaran yang sesuai dengan Syariah untuk memenangkan *heart share*.²⁰ Memenangkan *mind share* dapat dicapai dengan memetakan pasar berdasarkan pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif dan posisi kompetitif. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran adalah segmentasi pasar (*segmentation*), identifikasi pasar sasaran (*targeting*), dan posisi produk perusahaan (*positioning*).²¹

a. *Segmenting* (segmentasi pasar)

Pada dasarnya segmentasi pasar adalah proses mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang yang ada di pasar dengan melihat pasar yang ada, maka perusahaan dapat terus berkreasi dan inovatif dalam menyikapi perkembangan yang terjadi, karena segmentasi merupakan langkah awal yang menentukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan. Kaitannya dengan kondisi pasar, prinsip syariah hendaknya digunakan tidak hanya oleh masyarakat muslim saja, melainkan dapat digunakan oleh masyarakat non muslim juga sebagai wujud *Universal* agama yang *rahmatan lil 'alamiin*. Dengan segmentasi pasar, suatu perusahaan dapat menentukan sasaran pasar yang ditetapkan atas dasar pilihan segmen yang relatif menarik. Penetapan pilihan tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan adanya potensial pasar dari alternatif segmen-segmen pasar, tingkat pertumbuhan, intensitas persaingan dan faktor-faktor lainnya.²²

b. *Targeting* (target pasar)

Setelah segmentasi, langkah selanjutnya adalah melakukan *targeting* (target pasar). Karena perusahaan tidak dapat melayani semua konsumen

²⁰ Buchari Alma & Donni Juni Priansa (ed), *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 351.

²¹ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Cempaka, 2005, h. 55

²² Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula (ed), *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h. 165-168.

dalam satu pasar, maka perusahaan harus mengetahui letak tempat yang sesuai dengan kemampuan perusahaan. Dengan itu, perusahaan harus melakukan penilaian (Evaluasi) terlebih dahulu.

c. *Positioning* (penetapan posisi pasar)

Penentuan posisi adalah aktivitas merumuskan posisi produk dalam persaingan dan menentukan bauran pemasaran yang terperinci. Karena dalam menentukan posisi pasar baik produk atau jasa perusahaan sangatlah penting. Produk atau jasa ditempatkan pada posisi yang diinginkan oleh konsumen, sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Kepatuhan terhadap prinsip syariah Islam merupakan hal yang wajib dan harus dilaksanakan berdasarkan kompetensi perusahaan. Dengan demikian, ketika diposisikan perusahaan dapat menampilkan keunggulan komparatif dan kompetitif perusahaan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah dan perusahaan akan berkembang dengan baik.

2. Karakteristik dan Prinsip-Prinsip Pemasaran Syariah

Rasulullah Saw memberi contoh kepada umatnya tentang bagaimana menjalankan bisnis sesuai aturan hukum syariat Islam dan beliau dikenal sebagai pembisnis yang sukses dalam menjalankan bisnisnya dengan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Rasulullah Saw bersabda bahwa sebagian besar rezeki manusia diperoleh dari kegiatan bisnis. Sehingga tidak hanya berbisnis, tetapi berbisnis dengan harapan memperoleh ridha Allah SWT tanpa ada unsur paksaan di dalamnya. Rasulullah Saw bersikap jujur, adil dan bertanggung jawab dalam berbisnis, selalu memenuhi janjinya dan melayani dengan ramah dan jujur. Rasulullah Saw sangat menekankan pada etika dan etika perdagangan yang luar biasa sehingga usaha dagang profetik mampu berkembang dan menjadi teladan untuk diikuti hingga akhir zaman.

Menurut Kertajaya dan sula ada empat karakteristik pemasaran syariah yang menjadi panduan bagi *Marketer* yaitu:²³

a. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Salah satu ciri *Marketer* syariah yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional adalah sifat *religius*. Sehingga ada kesadaran akan nilai-nilai agama yang penting agar selalu mewarnai semua kegiatan dalam pemasaran. Dalam karakteristik ketuhanan (*Rabbaniyah*) pemasaran syariah, ia percaya bahwa Allah Swt selalu dekat dan mengawasinya, ketika ia melakukan segala macam tindakan dan ia juga percaya bahwa Allah Swt akan meminta pertanggung jawabannya atas penerapan pemasaran Syariah di akhirat nanti. .

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعًا عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ
الزَّكَاةِ لَا يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya: “Orang-orang yang tidak dilalaikan dalam perdagangan dan tidak (juga) dalam jual beli dari mengingat Allah dan (dari) mendirikan shalat dan dari membayar zakat. Mereka takut pada hari goncangan hati dan mata. (Q.S. An-Nur (2): 37)²⁴

Maknanya bahwa *marketer* syariah akan segera mematuhi hukum syariah dalam segala aktivitasnya sebagai *marketing*. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilah pasar (*segmentasi*), kemudian memilih pasar mana yang menjadi fokus (*targeting*), hingga menciptakan identitas perusahaan yang harus selalu ada di benak peserta (*positioning*) karena mereka takut kelak di akhirat mendapatkan azab yang pedih.²⁵

²³ Nurul Huda, et. al., *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi)...*, h. 52-54.

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Q.S. An-Nur (2): 37, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h. 350.

²⁵ Muhammd Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life and General), Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani, 2004), h. 28.

b. Menjunjung Tinggi Akhlak Yang Mulia (*Akhlaqiyyah*)

Ciri kedua dari *Marketer syariah* adalah mengutamakan etika dalam segala aspek kegiatan pemasaran dan menjadi pedoman dalam berbisnis. Oleh karena itu, dalam *Marketer syariah*, tidak ada pembenaran atas segala cara untuk memperoleh keuntungan finansial sebesar mungkin. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam pernah bersabda: “Apa yang lebih berat timbangan seorang mukmin pada hari kiamat daripada keindahan ciptaan. Dan Allah SWT membenci orang-orang yang suka berbicara keji dan kotor.” (HR.Al-Tirmidzi)²⁶

Dari HR. Tirmidzi diatas pemasaran syariah merupakan konsep pemasaran yang sangat menekankan nilai-nilai moral dan etika, yang merupakan nilai-nilai universal yang diajarkan oleh semua agama. Semakin etis seseorang di tempat kerja, semakin dia akan menemukan kesuksesannya sendiri. Oleh karena itu, etika harus menjadi pedoman bagi merketer syariah untuk selalu menjaga nilai moral dan etika dalam setiap pernyataan, perilaku dan keputusan.

c. Realitis (*Waqi'iyah*).

Marketer syariah dalam melaksanakan kegiatan *marketing* dengan mengutamakan kenyamanan, keramahan, kebersihan dan kesusilaan, sehingga pemasar yang syariah selalu tampil bersih, rapi dan bersahaja dan tentunya bekerja dengan mengutamakan nilai-nilai syariat Islam, kejujuran dan ketakwaan dalam kegiatan pemasarannya.

d. Humanistis (*Al-Insaniyyah*)

Marketing syariah bersifat humanistis (*Insaniyyah*) adalah pemasaran yang tidak membedakan ras, warna kulit, kebangsaan dan status sosial. Karakteristik humanistis ini adalah fitrah manusia yang dijaga dan dilestarikan sesuai dengan syariat Islam. Sehingga pemasar yang syariah memiliki nilai-nilai kemanusiaan yang terkendali, seimbang dan tidak serakah dengan menghalalkan segala cara

²⁶ HR. Tirmidzi, dalam At Tirmidzi VI, 19645” 140

untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Tujuan dari karakteristik ini adalah untuk saling membantu dengan mencapai keridhaan Allah Swt membangun persaudaraan (*Ukhuwah Islamiyah*) dan mencari keuntungan tidak berlebihan dalam semua operasi menurut aturan Islam.

Mahabub Alim dan Shariful Haque menyatakan ada beberapa prinsip-prinsip pemasaran syariah adalah Strategi (*Hikmah*), Kebutuhan (*Need*), Halal (*Tayyibat*), Kesejahteraan (*Falah*) dan persetujuan timbal balik (*Mutual consent*).²⁷

a. Strategi (*Hikmah*)

Artinya kegiatan dalam pemasaran syariah harus dapat mencapai tujuan baik dunia maupun di akhirat, ataupun melalui interaksi dengan perubahan lingkungan, sikap bahkan kemampuan memadukan pendapat, moral, adat istiadat, kebiasaan, sosial dan budaya kemanusiaan. dan kehidupan ekonomi dan politik secara keseluruhan. Sehingga kegiatan pemasaran yang dilakukan memberikan manfaat (*Maslahat*) baik di dunia maupun di akhirat dengan berusaha mencari keridhaan Allah Swt.

b. Kebutuhan (*Need*)

Artinya dalam menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan, karena dengan menciptakan produk yang memuaskan kebutuhan masyarakat dapat memberikan dampak yang menguntungkan bagi pemenuhan kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan. Dengan demikian, jika hubungan antar manusia berjalan dengan baik, maka hubungan dengan Allah Swt (*Hablu Minaallah*) akan selaras dengan cara sirkulasi karena membantu sesama dan mengharapkan ridha Allah Swt.

²⁷ Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zaenal Abidin (ed), *Pengantar Pemasaran Islam*, (Jawa Timur: Unida, 2018), h. 64.

c. Halal (*Tayyibat*)

Dari sudut pandang Islam, pemasar memiliki tanggung jawab utama untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang dipasarkan adalah murni atau halal (*Tayyib*). Dalam proses penelitian, pengolahan sampai ke tangan calon peserta atau peserta asuransi syariah secara legal dan tidak merugikan peserta ataupun masyarakat.

d. Kesejahteraan (*Falah*)

Falah diartikan untuk mencapai kemakmuran di dunia dan akhirat. Baik perusahaan maupun peserta asuransi syariah saling diuntungkan, tidak ada yang merasa dirugikan dan tidak ada yang merasa paling diuntungkan. Akan tetapi, transaksi yang dilakukan memberikan kesejahteraan bagi kedua belah pihak, tertanggung memperoleh barang yang mampu memuaskan kebutuhannya dan penanggung memperoleh keuntungan yang halal dan sah dari hasil dari produk yang dipasarkan sesuai dengan keikhlasan dan kesepakatan bersama.

e. Persetujuan timbal balik (*Mutual Consent*)

Artinya bahwa transaksi yang terjadi antara penanggung dan tertanggung harus sesuai persetujuan kedua belah pihak, mulai dari harga yang sama-sama disetujui, kuantitas barang dan kualitas yang diserahkan maupun diterima oleh peserta asuransi syariah.

3. Etika Pemasaran Syariah

Dalam pemasaran syariah, bukan hanya pemasaran yang ditambahkan syariah, tetapi berperan dalam hukum Islam dan berperan dalam pemasaran. Artinya perusahaan asuransi syariah harus beroperasi dan bertindak *profesional* dalam dunia bisnis, karena *profesionalisme* dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memahami pentingnya nilai-nilai etika dalam pemasaran, sehingga perusahaan tidak serta merta beroperasi secara bisnis untuk mencari keuntungan saja, tetapi juga mencoba menciptakan produk yang dapat mengubah nilai (*value*) konsumen.

Etika bertujuan untuk menilai perbuatan baik dengan perbuatan buruk dan Etika bertujuan untuk membatasi tindakan sewenang-wenang seseorang yang dapat merugikan dirinya sendiri dan juga konsumen. Sehingga penerapan pemasaran syariah mendukung etika yang dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara konsumen dan perusahaan asuransi syariah. Hubungan kemitraan ini dapat terjalin secara berkesinambungan dalam upaya meningkatkan kepercayaan peserta asuransi syariah terhadap perusahaan. Ada beberapa etika pemasaran syariah yang mengambil konsep dari keteladanan sifat Rasulullah SAW yaitu:²⁸

- a. *Shiddiq* (Jujur) artinya *Marketer* syariah harus memiliki sikap jujur dibalik perkataan, keyakinan dan tindakannya berdasarkan ajaran Islam. *Marketer* syariah sangat berpegang teguh pada etika pemasaran dengan menghindari kebohongan atau melebih-lebihkan produk yang ditawarkan dengan menceritakan produknya dengan jujur, ini adalah praktik bisnis yang di contohkan oleh Rasulullah dalam berbisnis beliau selalu mengatakan yang sebenarnya tentang kualitas produk, harga dan apa yang akan peserta dapatkan.²⁹
- b. Amanah berarti *Marketer* syariah yang baik harus dapat dipercaya, bertanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan komitmen. Selain berkepribadian *siddiq*, *Marketer* syariah harus berpegang teguh pada perkataannya kepada peserta asuransi dalam memasarkan produk atau jasa. Apa yang dia katakan harus dapat dipertanggungjawabkan dan dapat dipercaya baik dalam kualitas produk, kelemahan produk, dan harga. Jadi kunci sukses *merkater* syariah adalah berbicara amanah, tidak melebih-lebihkan produk yang dijual dan tidak menipu dengan mencemarkan nama baik produk pesaing lain.

²⁸ Nurul Huda, et. al., *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi...*, h. 61.

²⁹ M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Startegik Pada Asuransi Syariah*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), h. 56.

- c. *Tabligh* dalam hal ini mengajak pihak lain atau memberikan contoh penerapan syariah dalam setiap kegiatan komersial (ekonomi) yang dilakukan sehari-hari. *Marketer* syariah melakukan komunikasi yang baik dengan mengatakan kebenaran dan kebijaksanaan kepada peserta dan kata-kata yang keluar dari kata-kata *Marketer* syariah yaitu berbobot. Artinya, pemasar yang syariah mampu berkomunikasi dengan baik, berbicara dengan baik, dan mudah dipahami oleh calon peserta atau peserta asuransi sehingga dapat mengkomunikasikan kelebihan dan kekurangan produknya secara jujur tanpa ditutup-tutupi atau ditipu.
- d. *Fathanah* berarti kecerdasan, *marketer* syariah harus memiliki kecerdasan dalam berbisnis. Kecerdasan yang digunakan bukan untuk mengakali peserta atau melakukan kecurangan untuk mendapatkan keuntungan yang besar, tetapi kecerdasan dalam memberikan yang terbaik kepada peserta yaitu cerdas dalam menarik perhatian konsumen dengan kebaikan, kesopanan dan kecerdasannya dalam mengikuti aturan, evolusi kebutuhan konsumen. Pemasar yang syariah juga menganalisis situasi persaingan dan perubahan di masa depan.

4. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Syariah

Keberhasilan dari perusahaan ialah berdasarkan pada keahlian dalam mengendalikan strategi pemasaran yang dimiliki. Konsep dalam pemasaran yang dipunya bersifat dapat dikendalikan, dimana disebut dengan *Marketing Mix* atau bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah komponen pemasaran yang digunakan perusahaan dalam kegiatan usahanya. *Marketing mix* syariah sebagai perangkat variabel-variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dalam pasar sasaran. Kegiatan-kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasarannya yang seefektif mungkin. Dikarenakan keempat variabel (4P) dalam kombinasi tersebut saling berhubungan, masing-masing elemen didalamnya saling mempengaruhi.

Namun secara umum para ahli telah memberi pendapat bahwa bauran pemasaran syariah yang dirumuskan beberapa ahli antara lain adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, dan bukti fisik. Semua instrumen pemasaran sebagai cara untuk mendukung kesuksesan pemasaran, karena pemasaran memegang peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan peserta asuransi syariah dan untuk mencapai tujuan perusahaan. *Marketer* syariah harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan pemasaran seperti perencanaan barang dan jasa, strategi penetapan harga dan distribusi, serta teknik promosi yang digunakan, harus sesuai dengan pedoman Al-Qur'an dan sunnah. Berkaitan dengan *marketing mix*, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun "ala tahrimiha" (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya).

Adapun variable yang tercakup dalam bauran pemasaran (*Marketing Mix*) dalam syariah ialah sebagai berikut:³⁰

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pada dasarnya, produk dapat dilihat, disentuh, disimpan, dan digunakan pada saat dibutuhkan, berbeda dengan jasa yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Produk sebagai sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan, diciptakan dengan memiliki keunggulan-keunggulan tertentu untuk bersaing di pasar. Pemasaran yang sukses di pasar yang kompetitif bergantung pada produk dan layanan yang dihasilkan, terlepas dari apakah mereka dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ ۖ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

Artinya: "Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Bagi

³⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Startegik Pada Asuransi Syariah*, h. 173.

kamu yang beriman dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya, ada pahala yang besar”. (Q.S Al-Hadid (57): 7)³¹

Di dalam syariah produk yang dipasarkan haruslah produk yang halal dan memiliki mutu atau kualitas terbaik dan juga harus mendapatkan persetujuan bersama antara kedua belah pihak, dimana antara perusahaan dan peserta asuransi syariah produk tersebut. Produk dalam dunia asuransi syariah harus dirancang memiliki keunggulan yang kompetitif dibanding dengan produk asuransi pesaing. Apabila produk memiliki suatu keunggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing maka konsumen akan membeli produk asuransi syariah yang telah ditawarkan oleh agen.

b. Harga

Setelah perusahaan menghasilkan suatu produk, misalnya dengan melihat harga produk-produk pesaing yang ada maka menghitung harga pokok produksi yang menentukan harga sesuai pasar tentunya dengan berbagai evaluasi. Harga memang menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk atau jasa, sehingga penetapan harga sangat penting baik bagi peserta maupun perusahaan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”. (Al-Imran (3): 130)³²

Maknanya dalam industri asuransi, harga tercermin dari nilai premi atau nilai pertanggungan yang ditawarkan. *Marketer* syariah harus dapat memahami semaksimal mungkin kemampuan membayar premi dari pemasaran asuransi syariah, *Marketer* syariah yang baik tidak memaksa peserta asuransi untuk

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Q.S Al-Hadid (57): 7, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h.537.

³² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Al-Imran (3): 130, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h.66

membayar premi yang tidak mampu di tanggungnya. Hal Semakin terjangkau atau menarik harga yang ditawarkan, semakin besar potensi calon peserta asuransi syariah untuk membeli produk asuransi yang ditawarkan oleh seorang pemasar.

c. Tempat (distribusi)

Distribusi adalah cara perusahaan mendistribusikan barangnya, distribusi juga dapat diartikan sebagai cara menentukan metode dan saluran yang akan mereka gunakan dalam mendistribusikan produknya ke pasar. Jalur pendek atau panjang yang digunakan harus di pertimbangkan dengan cermat. Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani peserta asuransi tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam penyaluran dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Perusahaan perlu memutuskan kemana saja produk perusahaan akan dipasarkan dan bagaimana cara untuk menyebarkan produknya sampai ke tangan peserta asuransi syariah. Jauh ataupun dekat perusahaan mendistribusikan produknya tergantung pada ketahanan dan kekuatan produk itu sendiri dan juga strategi pemasaran dalam perusahaan. Untuk produk yang tidak tahan lama, perusahaan lebih memilih menyalurkan produk hanya ke beberapa daerah saja, namun untuk produk dengan masa umur yang panjang (awet) maka perusahaan dapat lebih luas dalam melakukan pendistribusian.

d. Promosi

Keberhasilan suatu bisnis merupakan harapan semua perusahaan dan semua pelaku bisnis. Ada berbagai cara untuk membuat bisnis sukses dalam memenangkan persaingan. Salah satunya adalah pomotion. Promosi adalah kegiatan atau usaha untuk memberikan informasi kepada konsumen agar produk akhir dapat dikenali hingga dibeli dan disukai oleh konsumen. Perusahaan menggunakan berbagai alat media untuk berkomunikasi secara langsung atau tidak langsung dengan konsumen untuk menginformasikan konsumen terhadap produknya.

B. Asuransi Syariah

1. Pengertian Asuransi Syariah

Kata asuransi dalam bahasa Inggris disebut dengan *insurance* (pertanggungan) sedangkan dalam bahasa Belanda disebut dengan *assurantie* dan dalam hukum Belanda disebut dengan *verzekering* (pertanggungan). Dari istilah *assurantie* muncul istilah *assurateur* ialah penanggung dan *geassureerde* ialah tertanggung.³³ Asuransi merupakan suatu mekanisme pengalihan risiko, dimana dalam pengalihan risiko ini tidak berarti menghilangkan kemungkinan, melainkan pihak tertanggung menyediakan keamanan dalam *financial* serta ketenangan kepada pihak tertanggung sebagai imbalannya tertanggung membayarkan premi dengan jumlah yang kecil bila dibandingkan dengan dengan proteksi kerugian yang diderita tertanggung.

Asuransi adalah suatu bentuk perjanjian antara dua pihak atau lebih dimana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung untuk menerima premi asuransi (premi) untuk memberikan ganti rugi atas kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau untuk memberikan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga. Suatu kejadian yang tidak pasti yang terjadi pada tertanggung.³⁴ Asuransi dapat diartikan sebagai suatu kontrak antara penanggung dan tertanggung, di mana penanggung terikat kepada tertanggung dengan menerima premi, sebagai ganti rugi atas kerugian atau kehilangan keuntungan yang mungkin timbul karena suatu kejadian yang tidak diketahui/risiko yang tidak terduga.³⁵

Secara terminologi asuransi syariah adalah tentang tolong menolong dan secara umum asuransi adalah sebagai salah satu cara untuk mengatasi terjadinya musibah dalam kehidupan, di mana manusia senantiasa dihadapkan

³³ Emi P Simajuntak, *Hukum Pertanggungan*, (Yogyakarta: UGM, 1992), h. 7.

³⁴ C.S.T. Kansil dan Kristine, *Kitab Undang-Undang Hukum Perusahaan*, (Jakarta: Pradnya Paramita, 2000), h. 232.

³⁵ Radiks Purba, *Memahami Asuransi di Indonesia*, (Jakarta: PPM, 1992), h. 40.

pada kemungkinan resiko yang dapat menyebabkan kerugian atau pengurangan nilai ekonomi seseorang, keluarga atau perusahaan. Akibat sakit, kematian ataupun kecelakaan.³⁶ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) memberi definisi tentang asuransi syariah (*ta'min*, *Takaful*, *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset *tabarru'* yang memberikan pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad atau perikatan yang sesuai dengan syariah.³⁷ Sedangkan pengertian asuransi syariah dalam muamalah ialah saling memikul risiko diantara sesama manusia sehingga antara satu dengan yang lain menjadi penanggung atas risiko yang lain, saling pikul memikul risiko ini dilakukan atas dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana yang ditunjukan untuk menanggung risiko tersebut.

Dalam ensiklopedi hukum Islam mendefenisikan asuransi merupakan suatu transaksi perjanjian yang dilukan antara kedua belah pihak (penanggung dan tertanggung), dimana pihak yang satu berkewajiban untuk membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban untuk memberikan jaminan sepenuhnya jika terjadi sesuatu yang tak terduga menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat sejak akad.³⁸ Defenisi asuransi menurut Abbas Salim ialah kemauan untuk menepatkan atas suatu kerugian-kerugian sedikit (kecil) yang akan mendapatkan pengganti (*substitusi*) kerugian-kerugian besar yang belum pasti terjadi. Orang bersedia membayar kerugian yang sedikit untuk waktu yang serang, agar bisa menghadapi kerugian-kerugian yang besar untuk suatu kemungkinan yang akan datang. Menurut Musthafa Ahmad Zarqa asuransi merupakan suatu cara atau metode untuk memelihara manusia dalam

³⁶ Ade Arthesa dan Endia Handiman (ed), *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*, (Jakarta: Indeks, 2006), h. 234.

³⁷ Fatwa Dewan Syariah Nasional No 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

³⁸ Abdul Azi Dahlan, *Eksilopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ictiar Baru Van Hoeven, 1996), Hal. 138.

menghindari suatu risiko yang bisa saja dapat terjadi hidupnya yang mengakibatkan kerugian financial.

Asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional. Pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling tolong menolong dan melindungi satu sama lain dengan menyisihkan danannya sebagai iuran kebajikan yang disebut dengan dana *Tabarru*. Jadi dalam system asuransi konvensional menggunakan transfer risiko (*risk transfer*) dimana mengalihkan risiko tersebut kepada perusahaan asuransi, akad yang digunakan akad jual beli, pengawasan dana yaitu OJK dan adanya dana hangus. Sedangkan di Asuransi Syariah disebut dengan pembagian resiko (*risk sharing*) dimana para peserta saling menanggung, kemudian akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus selaras dengan hukum islam (syariah), artinya akad yang dilakukan harus menghindari dari *gharar*, *maysir*, *riba*, *zhulm*, *risywah*, disamping investasi dana harus pada objek yang *halal-thoyyibah* dan dalam konsep dasar asuransi syariah ialah bahwa pada praktiknya disebut dengan aqila.³⁹ Sistem aqila dalam buku yang berjudul *Dictionary of Islam yang dibuat oleh Thomas Patrick* ialah yang apabila dari salah satu anggota suku terbunuh dari suku lain, maka keluarga korban yang ditinggalkan akan mendapatkan sejumlah uang darah (*diyat*) sebagai kompensasi atas saudara yang terbunuh.⁴⁰ Di dalam Islam mengajari ummatnya untuk saling tolong menolong dalam kebaikan. Pada hakikatnya asuransi syariah ialah saling bertanggungjawab, saling berkerjasama atau saling membantu dan saling melindungi. Oleh karena itu asuransi diperbolehkan, asal prinsip-prinsip yang dilakukan seseuai dengan syariat.

³⁹ Ikrar Putra Setiawan, et. all. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Pt. Prudential Life Assurance Area Makassar)." *Yume: Journal Of Management* Volume 1 No 3. 2018. h. 3.

⁴⁰ M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Straegik Pada Asuransi Syariah (Kesehatan, Pendidikan, Jiwa)*..., h. 6.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa asuransi adalah suatu mekanisme yang memberikan perlindungan kepada tertanggung apabila terjadi suatu risiko yang dapat datang sewaktu-waktu. Sebagai ganti rugi, tertanggung akan menerima ganti rugi sebesar premi yang dibayarkan, dengan syarat tertanggung membayar premi terlebih dahulu kepada penanggung. Mekanisme dalam perlindungan asuransi sangat penting dan juga dibutuhkan karena asuransi dibutuhkan untuk mengurangi masalah ekonomi dalam kehidupan rumah tangga jika ada anggota keluarga yang terkena musibah seperti sakit, cacat bahkan meninggal dunia. Asuransi syariah adalah suatu pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan perusahaan.

2. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Peraturan perundang-undangan mengenai asuransi di Indonesia diatur dalam Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) No. 2 Tahun 1992 tentang perasuransian, PP No. 63 tahun 1999 tentang perubahan atas PP No.73 tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian diatur oleh BBUMN Jasa Raharja (asuransi Sosial Kecelakaan Penumpang), Astek (Jaminan Sosial Tenaga Kerja) dan Askes (asuransi Sosial Kesehatan) dan peraturan lainnya yang mengatur tentang asuransi. Pada pasal 1 angka 2 ketentuan umum dalam BAB 1 undang-undang No. 40 tahun 2014 mengenai perasuransian, Asuransi syariah merupakan perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dengan dan Antara si pemegang polis, dalam bentuk kontribusi yang berdasarkan dengan prinsip syariah yang berfungsi untuk saling tolong menolong dan melindungi

Dalam asuransi syariah operasionalnya mengacu kepada SK Dirjen Lembaga keuangan No. 4499/LK/2000 tentang jenis, penilaian dan pembatasan investasi perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi dengan sistm syariah dan beberapa keputusan menteri keuangan (KMK) yaitu KMK no. 422/KMK.06/2003 tentang perizinan usaha dan kelembagaan perasuransi dan perusahaan reasuransi. Asuransi syariah menurut DSN (Dewan Syariah Nasional) merupakan suatu usaha saling melindungi dan saling tolong menolong

antara sesama peserta asuransi syariah asuransi melalui investasi, dimana investasi yang dilakukan dalam bentuk asset (*tabarru*) memberikan pola pengembalian atau menghadapin risiko tertentu yang berdasarkan akad yang sesuai dengan syariah. Di dalam syariah menggunakan sistem dimana para peserta asuransi syariah akan menghibahkan sebagian atau seluruh kontribusi yang akan digunakan untuk membayar klaim jika ada peserta asuransi syariah yang mengalami suatu musibah.⁴¹

Perusahaan asuransi syariah di indonesia diatur didalam bebarapa fatwa DSN-MUI yaitu :⁴²

- a. Fatwa DSN-MUI no. 21/DSN-MUI/X/2001 dan Fatwa DSN-MUI no.31/DSN-MUI/X/2001 tentang pendoman umum asuransi syariah.

Dalam fatwa tersebut ditetapkan bahwa asuransi dapat dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah yaitu sebagai usaha tolong menolong dan melindungi antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset atau dana *tabarru* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah yang tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *zhulm*, *risywah*.

- b. PMK No. 18/PMK.0.10/2010 asuransi syariah menerapkan prinsip-prinsip dasar yaitu:

- 1) Adanya kesepakatan tolong menolong (*Ta'awun*) dan saling menanggung (*Takaful*) diantara peserta.
- 2) Adanya kontribusi para peserta ke dalam dana *tabarru*
- 3) Perusahaan bertindak sebagai pengelola dana *tabarru*
- 4) Adanya prinsip keadilan, amanah (dapat dipercaya), keseimbangan, kemashlatan (*maslahat*) dan keuniversalan

⁴¹ Fatmawati, Pemikiran Muhammad Syakir Sula tentang *Sistem Operasional Asuransi Syariah*. Program S1 Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2010, h. 3.

⁴² Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah (Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer)*, (Medan: PERNADAMEDIA GROUP, 2019), h. 212.

- 5) Tidak mengandung hal-hal yang diharamkan seperti ketidakpastian / ketidakjelasan (*gharar*), suap, riba, atau objek yang haram.
- c. Fatwa DSN-MUI no.51/ DSN-MUI/II/2006 tentang akad *mudharabah musyarakah* pada asuransi syariah.
- d. Fatwa DSN-MUI no.52/ DSN-MUI/III/2006 tentang akad *wakalah bil ujah* pada asuransi dan reasuransi syariah
- e. Fatwa DSN-MUI no.53/ DSN-MUI/III/2006 tentang akad tabarru pada asuransi dan reasuransi syariah
- f. Fatwa DSN-MUI no.53/ DSN-MUI/III/2006 tentang pengembalian dana *tabarru*, bagi peserta asuransi yang berhenti sebelum masa perjanjian berakhir.

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggunggaan yang didasarkan pada nilai-nilai yang dalam ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah, maka landasan yang dipakai dalam hal ini tidak jauh berbeda dengan metodologi yang dipakai oleh sebagian ahli hukum islam. Berikut ini adalah dasar-dasar hukum asuransi syariah:

1. Asuransi Syariah Berdasarkan Landasan Al-Quran

Berapa ayat-ayat Al-Quran yang menjadi landasan dalam asuransi syariah yaitu:

- a. Perintah dari Allah Swt untuk tolong menolong dan bekerjasama

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "...tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa dan janganlah tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.

Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.” (Q.S. Al-Maidah (5): 52)⁴³

Berdasarkan dari ayat tersebut ialah memuat perintah tolong menolong antara sesama manusia. Dalam industri asuransi, ini terlihat untuk menyisihkan dannya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru*). Ayat tersebut menerangkan bahwa kemudahan adalah sesuatu yang dikendali olehnya dan sebaliknya kesukaran adalah sesuatu yang tidak dikehendaki olehnya. Maka manusia dituntut oleh Allah agar untuk saling tolong sesama.

b. Tentang Wasiat Untuk Tidak Melantarkan Ahli Waris

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا
قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: "Hendaklah kalian takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar." (Q.S. An-Nisa (4): 9)⁴⁴

Q.S. An-Nisa (4): 9 diatas menjelaskan tentang seseorang yang hendak meninggal, kemudian temannya mendengar orang ini berwasiat terkait hartanya, yang itu membahayakan ahli warisnya. Lalu Allah perintahkan agar orang yang mendengarnya bertaqwa kepada Allah, dengan membimbing si calon mayit dan meluruskannya agar wasiatnya benar dan hendaknya orang yang mendengar ini memperhatikan keadaan ahli warisnya.

⁴³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S. Al-Maidah (5): 52*, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h.118.

⁴⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S. An-Nisa (4): 9*, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h. 88.

c. Tentang Tolong Menolong

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا^ط وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ^ق مِنْهَا^ظ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيبًا

Artinya: “Barangsiapa yang memberikan syafa’at yang baik, niscaya engkau akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa’at yang buruk, niscaya engkau akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”(Q.S. An-Nisaa (4): 85).⁴⁵

Makna dari ayat diatas adalah untuk saling menolong diantara sesama muslim, sehingga antara satu dengan yang lainnya dapat saling tolong menolong. Allah Swt memerintahkan kepada umatnya untuk saling menolong dalam kebajikan dan taqwa. Rasulullah Saw juga mengajarkan kepada kita untuk selalu menolong kepada saudara-saudara. Karena itu dalam asuransi syariah para peserta satu sama lain saling menolong melalui instrumen dana tabarru atau dana kebajikan.

Islam mengajarkan bahwa manusia sebagai khalifah Allah di bumi, hanya dapat mempertahankan gelarnya yang agung bila ia melaksanakan perintah-perintah yang telah terkandung dalam Al-Quran dengan penafsiran yang tepat. Allah menghendaki tiadanya yang kehilangan mata pencariannya yang layak dan ia harus kebal terhadap setiap ujian apapun. Oleh karena itu adalah kewajiban tertinggi dari satu negara untuk menjamin hal ini dan asuransi membantu tercapainya tujuan ini.

2. Asuransi Syariah Berdasarkan Landasan Sunnah Nabi Saw

⁴⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya Q.S. An-Nisa (4): 88*, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h. 92.

Dalam hadis nabi Muhammad Saw secara tegas jug tidak ditemukan perintah atau contoh spesifik tentang asuransi syariah, dibawah ini adalah hadis-hadis yang bsa dijadikan inspirasi yang secara tidak langsung asuransi itu diperlukan oleh umat manusia.⁴⁶

a. Saling Membantu Dalam Kesulitan

Artinya: “Diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra, Nabi Muhammad bersabad: Barangsiapa yang menghilangkan kesulitan duniawinya seorang mukmin, maka Allah Swt, akan menghilangkan kesulitannya pada hari kiamat, barang siapa yang mempermudah kesulitan seseorang, maka Allah Swt akan mempermudah urusan dunia dan akhiratnya. (HR. Muslim)

b. Hadist Tentang *Aqilah*

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra., dia berkata: berselisi dua orang wanita dari suku huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu ke wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian anita tersebut berserta janin yang dikandungnya. Maka ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut menganduhkan peristiwa tersebut kepada Rasulullah Saw, maka Rasulullah Saw memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin tersebut dengan pembebasan seseorang yang memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut dengan uang darah (*diyat*) yang dibayarkan oleh aqilahnya (kerabat dari orang tua laki-laki). (HR. Bukhari).

c. Hadist Tentang Anjuran Meninggalkan Ahli Waris Yang Kaya

Diriwayatkan dari Amir bin Sa’ad bin Abi Waqasy, telah bersabda Rasulullah Swa: “Lebih baik jika engkau meninggalkan anak-anak kamu (ahli waris) dalam keadaan kaya raya dari pada meninggalkan mereka dalam keadaan miskin (kelaparan) yang meminta-minta kepada manusia lainnya”. (HR. Bukhari)

⁴⁶ Asy’ari Suparmin, *Asuransi Syariah konsep Hukum dan Operasionalnya*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), h. 28-30.

3. Akad-Akad Asuransi Syariah

Asuransi syariah ialah praktek tanggung menanggung diantara sesama partisipan asuransi. Ketika salah satu partisipasi asuransi mengalami resiko yang dipertanggungkan, maka akan mendapat klaim yang berasal dari para peserta itu sendiri. Secara umum, ketika peserta asuransi ikut dalam program perusahaan asuransi syariah akan memberikan akad. Akad dalam asuransi syariah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram dan maksiat. Akad-akad dalam asuransi syariah yaitu:⁴⁷

- a. Akad *Tabarru* merupakan akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari peserta kepada dana tabarru yang bertujuan untuk tolong menolong diantara para peserta.
- b. Akad *Wakalah bil Ujrah* adalah akad antara peserta secara kolektif atau individu dengan perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada perusahaan sesuai kuasa atau wewenang yang diberikan dengan imbalan berupa ujarah.
- c. Akad *Mudharabah* adalah akad antara peserta secara kolektif atau individu dengan perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada perusahaan sebagai mudharib untuk mengelola investasi dana tabarru dengan sistem bagi hasil (*Nisbah*).

4. Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah

Di dalam syariat Islam kita didorong untuk membantu orang yang mengalami musibah. Oleh kerana itu, apabila seseorang terkena musibah, atau tertimpa bencana kelaparan maka ia boleh untuk meminta kepada pemerintah sehingga terbebas dari penderitaannya itu atau diringankan. Demikian juga dengan adanya jaminan untuk para ahli waris setelah kematian keluarganya dalam bentuk pembagian harta warisan. Perjanjian asuransi dalam syariah ialah berdasarkan dengan akad yang sesuai dengan syariah. Asuransi syariah

⁴⁷Junaidi Abdullah,. "Akad-akad di dalam Asuransi Syariah" dalam *TAWAZUN: Journal of Sharia Economic Law* 1.1, P-ISSN: 2655-9021, E-ISSN: 2655-9579, Maret 2018, h. 18-19.

merupakan sebuah sistem yang mana para peserta mendonasikan sebagian atau seluruh kontribusi (premi) yang dibayarkan oleh mereka untuk digunakan membayar klaim atas musibah yang dialami oleh peserta. Disini peserta asuransi syariah melakukan risk sharing diantara mereka. Peranan perusahaan asuransi hanya terbatas pada pengelolaan operasional perusahaan asuransi dan menginvestasikan dana tabarru.

Adapun Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah Adalah :⁴⁸

a. Prinsip Tauhid

Bahwasannya setiap muslim harus melandaskan dengan tauhid dalam menjalankan segala aktivitas kehidupan dimana yang diharapkan ialah keridhaan Allah SWT. Dalam mengimplementasikan nilai syariah dalam asuransi ialah dilihat dari sisi peserta asuransi syariah transaksi yang dilakukan bertujuan untuk tolong menolong yang dilandaskan dengan asas syariah.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan tidaklah aku menciptakan jin dan manusia, melainkan supaya mereka menyembahku”.(Q.S. Az-Zariyat (51): 56)⁴⁹

Makna ayat tersebut ialah bahwa *Marketer* syariah dalam memasarkan produknya bukanlah semata-mata hanya untuk mendapatkan keuntungan saja, melainkan untuk mengharapkan ridha Allah juga.

b. Prinsip Keadilan

Seorang *Marketer* syariah menerapkan nilai-nilai keadilan dalam menjalin hubungan dengan peserta asuransi syariah karena hal ini berkaitan dengan hak dan kewajiban, tidak bolehnya mendzalimin peserta asuransi syariah apalagi merugikan peserta asuransi syariah. Karena dalam asuransi syariah dana saving

⁴⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 7.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S. Az-Zariyat (51): 56*, (Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009), h. 523

yang dibayarkan peserta asuransi syariah melalui premi harus dikembalikan lagi kepada peserta asuransi syariah.

c. Prinsip Tolong Menolong

Dalam prinsip ini bahwa pihak perusahaan asuransi syariah mengelola dana tabarru yang kemudian untuk diinvestasikan sesuai dengan syariah. Kemudian dana tersebut dialokasikan kepada peserta asuransi syariah lain yang terkena musibah.

d. Prinsip Amanah

Pada hakikatnya kehidupan ini adalah amanah dari Allah SWT, maka dari itu prinsip amanah ini sangat penting diterapkan di perusahaan asuransi syariah. Dimana dalam pengelolaan premi dan juga dalam proses klaimnya haruslah amanah karena apa yang telah kita lakukan kelak akan diminta pertanggungjawaban dihadapan Allah Swt. seperti terdapat dalam HR. Turmudzin “Rasulullah bersabda bahwasannya seorang pembisnis yang jujur dan amanah (kelak akan dikumpulkan di akhirat) bersama dengan para nabi Shiddiqin dan Syuhada”.⁵⁰

e. Prinsip Saling Ridho

Pada prinsip ini bahwa peserta asuransi syariah ikhlas dananya dikelola perusahaan asuransi syariah yang aman dan juga *professional* dan juga peserta asuransi syariah ikhlas jika dananya dialokasikan kepada peserta asuransi syariah yang terkena musibah untuk meringankan beban mereka.

f. Prinsip Menghindari riba

Premi yang dibayarkan peserta asuransi syariah harus diinvestasikan sesuai dengan syariah yang sudah jelas akan kehalalnya dan juga dalam sistem operasional asuransi syariah ialah harus menerapkan konsep *sharing of risk* yang betumpu pada akad tabarru sehingga unsur riba tidak ada.

⁵⁰ Hilada Yunita Sabrie, ed, at., *Prinsip General Takaful System Dalam Akad Asuransi Syariah Demi Mencapai Kemaslahatan*, Artikel jurnal Perspektif Volume XX No. 3 Tahun 2015 Edisi September, Di unduh pada tanggal 9 Agustus 2021, 11:15 Wib.

g. Prinsip Menghindari *Gharar*

Gharar adalah ketidak jelasan, didalam Islam tidak diperbolehkan bertransaksi dalam aspek ketidak jelasan. Dalam hal ini aspek yang digunakan ialah *sharing of risk*.

h. Prinsip Menghindari *Risywah*

Ialah bahwa peserta asuransi syariah tidak boleh menyogok perusahaan untuk bisa mendapatkan manfaat (klaim) dan juga sebaliknya perusahaan tidak boleh menyogok peserta asuransi syariah untuk mendapat premi, transaksi yang dilakukan dilandasi dengan adil.

C. Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus

Pendidikan penting bagi kehidupan umat manusia, pendidikan berkembang seiring dengan kemajuan dan teknologi. Maka dari itu, peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas merupakan salah satu upaya yang perlu untuk dilakukan demi memenuhi tugas fitrah manusia sebagai khalifah dimuka bumi.⁵¹ Peningkatan kualitas taraf hidup manusia ditentukan oleh pendidikan yang mereka terima selama mereka hidup.

Mahalnya biaya pendidikan saat ini menyebabkan banyak orang tua mulai mempersiapkan biaya pendidikannya melalui asuransi untuk meringankan beban tersebut. Asuransi pendidikan merupakan salah satu jenis asuransi jiwa yang memasukkan unsur investasi yaitu berupa sejumlah nilai tunia mengikuti setiap jenjang pendidikan anak. Dapat membantu untuk menyiapkan dana pendidikan anak dari Taman Kanak-kanak (TK) sampai perguruan tinggi. Memberikan perlindungan jiwa bagi orang tua sebagai pencari nafkah dari segala macam resiko yang mungkin terjadi. Apabila orang tua meninggal dunia atau cacat sehingga tidak bisa mencari nafkah untuk membiayai anak sekolah,

⁵¹ A. Halim, Rr. Suhartini, M. Chairul Arif, A. Sunarto AS, *Pembelajaran al-Qur'an*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), h. 39.

maka Mitra Iqra Plus lah yang akan meneruskan biaya pendidikan tersebut sampai lulus nanti.

Mitra Iqra Plus yaitu program asuransi dana pendidikan yang mengover biaya sekolah anak-anak dari sekolah dasar hingga meninggal dunia. Keuntungan dari asuransi Mitra Iqra Plus ini selain dapat merencanakan dana pendidikan anak, jika terjadi klaim di tengah akad, tidak perlu lagi membayar premi di kemudian hari dan dana tertanggung mendapatkan haknya. Hak mereka dilindungi sampai pendidikan mereka selesai dan investasi dilakukan secara transparan. Namun pembayaran dana tersebut baru bisa dibayarkan saat anak memasuki jenjang SD, SMP, SMA dan Perguruan Tinggi.

Ketentuan mengenai manfaat yang diterima oleh peserta asuransi syariah Asuransi Mitra Iqra Plus adalah sebagai berikut:

1. Jika pihak yang diasuransikan hidup sampai akhir masa asuransi, maka anak yang ditunjukan sebagai penerima dana tahapan pendidikan akan menerima dana tahapan pendidikan
2. Apabila pihak yang diasuransikan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka peserta dibebaskan dari membayar kontribusi (premi) dan pihak yang ditunjukan akan menerima Santunan kebajikan sebesar manfaat awal, nilai tunai yang terdiri dari dana investasi yang telah di setor dan bagi hasil (*mudharabah*) sebesar 70% dari pengembangan dana investasi.
3. Apabila peserta mengundurkan diri, maka peserta akan menerima nilai tunai yang terdiri dari dana investasi yang telah disetor dan bagi hasil (*mudharabah*) sebesar 70% dari pengembangan dana investasi.
4. Apabila anak yang ditunjuk sebagai penerima dana tahapan pendidikan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka peserta/pihak yang diasuransikan dapat menunjukkan pengganti (anak lain) untuk menerima dana tahapan pendidikan yang belum dibayarkan.

SOP adalah tindakan atau pelaksanaan dari suatu rencana yang cermat dan terperinci untuk mendukung pelaksanaan rencana tersebut maka harus ada acuan atau pedoman agar tujuan dari rencana tersebut selanjutnya dapat tercapai dengan baik, acuan atau pedoman ini disebut dengan *Standard Operating Procedure* (SOP), maka dari itu diperlukan pengelolaan yang baik. Pelaksanaan kegiatan perusahaan dapat teratur dan terarah dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera yaitu:

1. Pasal 6 menjelaskan tentang Persyaratan untuk menjadi pihak yang diasuransikan yang berbunyi:

- a. Adanya *Insurable Interest* (hubungan kepentingan) antara Partisipan antara peserta asuransi syariah dengan perusahaan.
- b. Semua calon peserta dalam asuransi Jiwa Syariah harus dalam keadaan sehat jasmani dan rohani serta tidak sedang dalam perawatan medis.
- c. Dinyatakan bahwa calon peserta, yang tidak masuk kerja karena sakit pada saat penutupan atau berada di bawah pengawasan dokter atau menerima perawatan di rumah sakit, maka keikutsertaan dalam asuransi atas dirinya mulai berlaku sejak yang bersangkutan dinyatakan sehat dan aktif bekerja.
- d. Usia calon pihak yang diasuransikan sesuai dengan underwriting yang berlaku

.2. Pasal 7 menjelaskan dasar perjanjian yang berbunyi:

- a. Lembaga yang bermaksud ingin mengadakan perjanjian asuransi dengan lembaga wajib mengisi dan menandatangani formulir dan persyaratan pendukung yang ditentukan oleh perusahaan, bersama dengan surat klaim asuransi jiwa syariah perorangan.
- b. Semua informasi dalam dokumen Dasar perjanjian yang dimaksud dalam ayat 1 pasal ini asuransi antara perusahaan dan peserta dan

para pihak menjadi bagian yang diasuransikan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari polis.

- c. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa keterangan yang tercantum dalam Klaim Asuransi Jiwa Perorangan Syariah dan formulir-formulir pendukung serta syarat-syarat lain sebagaimana dimaksud pada ayat 1 pasal ini tidak benar atau tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, maka akad asuransi tersebut dinyatakan batal. tidak sah jika bekerja saat perjanjian sedang berlangsung.

3. Pasal 8 menjelaskan tentang Permohonan Asuransi sebagai berikut:

- a. Kontrak Asuransi ini mulai berlaku setelah polis diterbitkan dan kontribusi dibayarkan.
- b. Kontrak asuransi ini secara otomatis berakhir pada saat berakhirnya kontrak asuransi atau hilangnya risiko atau penebusan polis.

Calon peserta asuransi yang ingin menjadi anggota produk asuransi Mitra Iqra Plus ini harus memenuhi syarat dan prosedur berikut untuk dapat diterima:

1. Calon peserta asuransi syariah yang ingin menjadi anggota wajib membawa KK atau disebut dengan Kartu Keluarga.
2. Setiap calon peserta asuransi syariah juga harus wajib membawa bukti kependudukan yaitu KTP.
3. Calon peserta asuransi syariah datang atau mengunjungi perusahaan dimana dirinya akan mendaftar sebagai peserta/melalui agen-agen asuransi dimana mereka yang merekomendasikan produk tersebut.
4. Mengisi formulir yang harus diisi sebagai pengajuan apabila ingin menjadi anggota asuransi kemudian pihak perusahaannya akan menginput kembali ke sistem yang sudah dirancang khusus seperti dibawah ini:

a. Login Password



Sumber: Login SPAJ PT AJS Bumiputera Medan⁵²

Gambar 2.1 Login SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa PT AJS Bumiputera Medan

b. Pengisian SPAJ

Sumber: Login SPAJ PT AJS Bumiputera Medan

Gambar 2.2 SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa)PT AJS Bumiputera Medan

- c. Calon peserta asuransi syariah juga harus menyediakan uang untuk pembayaran premi yang pertama sebagai anggota/peserta.

Kontribusi atau pembayaran premi yang dilakukan oleh peserta asuransi syariah memiliki beberapa pemilihan pembayaran yang memudahkan peserta asuransi syariah agar lancar membayar seperti Triwulan, Setengan Tahun, Tahunan atau mungkin Sekaligus. Dimana perusahaan sebenarnya pun tidak membebankan peserta asuransi syariah karena kontribusi tidak berdasarkan

⁵² Sumber: Login SPAJ PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan.

penetapan melainkan kesanggupan dengan kebutuhan yang dimiliki peserta asuransi syariah untuk mengikuti Produk Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera namun perusahaan menetapkan minimal Kontribusi/premi yaitu:

- 1) Triwulan minimal pembayaran kontribusi sebesar Rp. 300.000
- 2) Semesteran minimal pembayaran kontribusi sebesar Rp. 600.000
- 3) Tahunan minimal pembayaran kontribusi sebesar Rp. 1.200.000

Beberapa hal kontribusi pembayaran yang harus diperhatikan bagi setiap peserta asuransi syariah yang mengikuti produk Asuransi Mitra Iqra PlusPlus sebagai berikut:

- 1) Kontribusi yang harus dibayarkan peserta asuransi syariah dilaksanakan dengan cara penuh sebelum atau pada saat waktu jatuh tempo oleh perusahaan. Dan kontribusi pembayaran yang dilaksanakan di perusahaan atau dikantor.
- 2) Apabila peserta asuransi syariah ingin membayar kontribusi dengan cek/ giro bilyet, maka pembayaran akan dianggap telah dilunasi, apabila dana sudah diambil dan diterima secara penuh kedalam rekening kantor/perusahaan.
- 3) Apabila pembayaran dilakukan dengan cara transfer bank maka pembayaran akan menjadi lunas, jika dana sudah diterima secara penuh di rekening kantor/perusahaan.
- 4) Segala hal biaya yang muncul berkaitan dalam pembayaran kontribusi akan menjadi beban para peserta polis.
- 5) Kewajiban kontribusi adalah kewajiban oleh pemegang polis dan perusahaan tidak berkewajiban atas penangihan kontribusi.
- 6) Banyaknya pembayaran kontribusi dan tata cara pembayaran sudah tercantum dalam isi polis syariah.

D. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan bebarapa penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yang menjadi rujukan atau referensi perbandingan dalam penelitian. Beberapa penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 2.1

Kajian Terdahulu

No	Nama	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ihsan Wahyudi "Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar di Asuransi Bumiputera Syariah Surakarta". ⁵³	Pelaksanaan asuransi pendidikan mitra iqrar plus dibumiputera Surakarta tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Yang menjadi hambatannya ialah perusahaan AJB Bumiputera tidak memiliki lembaga khusus yang mengelola dana investasi yang berdasarkan prinsip syariah.	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Ihsan Wahyudi ialah Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar.	Penelitian yang dilakukan oleh ihsan wahyudi berfokus pada Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar sedangkan yang penulis teiti ialah startegi pemasaran asuransi pendidikan mitra iqrar plus dan juga tempat penelitian yang beda.
2	Mutiah "Strategi Pemasaran Mitra Iqra Plus Pada Deivisi Syariah AJB Bumiputera 1912". ⁵⁴	Strategi pemasaran produk mitra iqrar plus pada AJB Bumiputera 1912 devisi syariah ini sesuai dengan etika-etika islam, karena tidak adanya unsur-unsur maysir,	Persamaan pada penelitian yang dilakukan oleh Mutia dengan penulis teliti ialah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan perbedaannya	Perbedaannya ialah tempat yang diteliti berbeda dan pada penelitian Mutiah hanya membahas startegi pemasaran Mitra Iqra Plus sedangkan penulis implementasi strategi

⁵³ Ihsan Wahyudi, *Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus di Asuransi Bumiputera Syariah Surakarta*, (Skripsi, Pogram Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Sebelasa Maret Surakarta), 2020.

⁵⁴ Mutiah, *Stratgi Pemasaran Produk Mitra Iqra PlusPlus Pada Devisi syariah AJB Bumiputera 1912*, (Skripsi, Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), 2013.

		<i>gharar</i> dan <i>riba</i> ataupun yang dilanggar oleh islam. Transparan dan jujur dalam memberikan keterangan dalam memberikan penjelasan kepada nasabah yang ini di prospeknya serta bersikap adil dalam pembagian keuntungan/bagi hasil sesuai dengan keadilan bersama tidak ada ke zhaliman.	ialah ialah Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	pemasaran Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah.
3	Tasya Nazila “Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Menggunakan Metode Swot” (Studi Pada PT. <i>Takaful</i> Keluarga Cabang Banda Aceh). ⁵⁵	Strategi pemasaran produk asuransi jiwa yang dilakukan PT. <i>Takaful</i> Keluarga Cabang Banda Aceh ialah menggunakan bauran pemasaran 4P dan pada analisis SWOT diketahui Nilai Skor IFAs 2,39 yaitu kekuatan dan kelemahan perusahaan belum dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan nasabah.	Persamaan yang dilakukan oleh Tasya Nazila yaitu sama-sama membahas strategi pemasaran	Bedanya objek penelitian, pada penelitian yang dilakukan oleh Tasya Nazila Menggunakan Metode Swot, sedangkan yang penulis teliti ialah implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan mitra iqrar dalam perspektif asuransi syariah
4	Danu Suprayogi, “Penerapan Strategi Pemasaran Di PT. Asuransi Jiwa syariah	strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera dalam meningkatkan	Persamaan yang dilakukan oleh Danu Suprayogi dengan penulis ialah Sama-sama menggunakan metode kualitatif	Perbedaan dalam penelitian Danu Suprayogi dengan yang penulis teliti ialah objek dalam penelitian sebelumnya meningkatkan penjual

⁵⁵ Tasya Nazila, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Menggunakan Metode Swot, Studi Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banda Aceh*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR- RANRY Darussalam Banda Aceh), 2020.

	Bumiputera Bandar Lampung dalam meningkatkan penjualan produk Assalam Family”. ⁵⁶	penjualan produk Assalam Family yaitu pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing, Kedua, merekrut Agen sebanyak-banyaknya untuk menjual produk Assalam tersebut. Semakin banyak Agen yang di rekrut, maka peluang untuk meningkatkan penjualan semakin besar. Ketiga, meningkatkan kinerja di bagian marketing. Keempat, memberikan harga yang masuk akal yang sesuai standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing masalah harga dengan perusahaan lain. Kelima, memanfaatkan teknologi di zaman modern ini.	dan sama-sama membahas tentang penerapan startegi pemasaran	n produk assalam family dan tempat penelitiannya Di PT. Asuransi Jiwa syariah Bumiputera Bandar Lampung sedangkan penulis teliti adalah produk asuransi pendidikan mitra iqrar plus di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan.
5	Siti Sholihah dengan judul “Pelaksanaan Asuransi Takaful Dana Pendidikan / Fulnadi di PT. Asuransi Takaful	Pelaksanaan Asuransi <i>Takaful</i> Dana Pendidikan / Fulnadi adalah berpedoman pada ketentuan hukum islam yang berlandaskan pada prinsip saling	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Siti Sholihah dengan penulis ialah Sama-sama menggunakan metode kualitatif dan objek	Tempat penelitian berbeda, penelitian yang dilakukan oleh Siti Sholihah ialah di PT. Asuransi <i>Takaful</i> Keluarga Cabang Surakarta dan pembahasan yang peneliti fokuskan pada

⁵⁶ Danu Suprayogi, *Penerapan Srategi Pemasarann di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Assalam Family*, (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN-Raden Intan Lampung), 2018.

	Keluarga Cabang Surakarta. ⁵⁷	bekerja sama, saling tolong menolong dan saling melindungi diantara peserta asuransi dengan akad yang digunakan ialah <i>mudharabah</i> untuk hasil investasi dan akad tabarru sebagai dana kebajikan yang digunakan untuk membantu peserta yang mengalami musibah	penelitiannya sama yaitu membahas asuransi pendidikan	Pelaksanaan Asuransi <i>Takaful</i> Dana Pendidikan / Fulnadi, sedangkan yang penulis teliti ialah berfoku pada Implementasi Startegi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar Plus dalam Presfektif Syariah di PT. AJS Bumiputera Medan.
6	Dessy Aridha, “Startegi pemasaran asuransi allisya protecton plus pada Mitra Allianz PLA 003 palangka raya”. ⁵⁸	Strategi pemasaran asuransi Allisya Protection Plus pada Mitra Allianz PLA 003 Palangka Raya adalah Segmentasi Target Pasar Penentuan posisi (Positioning), Taktik Pemasaran Diferensiasi, Bauran Pemasaran, Penjualan Nilai Pemasaran Merek Pelayanan dan Proses	Persamaan yang dilakukan oleh Dessy Aridha dengan penulis ialah sama-sama membahas impementasi startegi bauran pemasaran dan juga menggunakan metode kualitatif	Objeknya berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dessy Aridha ialah berfokus pada Startegi pemasaran asuransi allisya protecton plus pada Mitra Allianz PLA 003 palangka raya sedangkan objek yang penulis lakukan ialah Mitra Iqrar Plus di AJS Bumiputera cabang medan.
7	Ratna Andri Yanti, “Implementasi Asurasi Dana Pendidikan Dalam Perspektif Syariah” dengan studi	Pelaksanaan Asurasi Dana Pendidikan adalah berpedoman pada ketentuan hukum islam berlandaskan prinsip saling kerja sama, saling tolong menolong dan	Persamaan yang dilakukan oleh Ratna Andri Yanti dengan penulis ialah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan membahas	Penelitian yang dilakukan Ratna Andri Yanti berfokus pada Implementasi Asurasi Dana Pendidikan Dalam Perspektif sedangkan yang penulis teiti ialah Implementasi Startegi

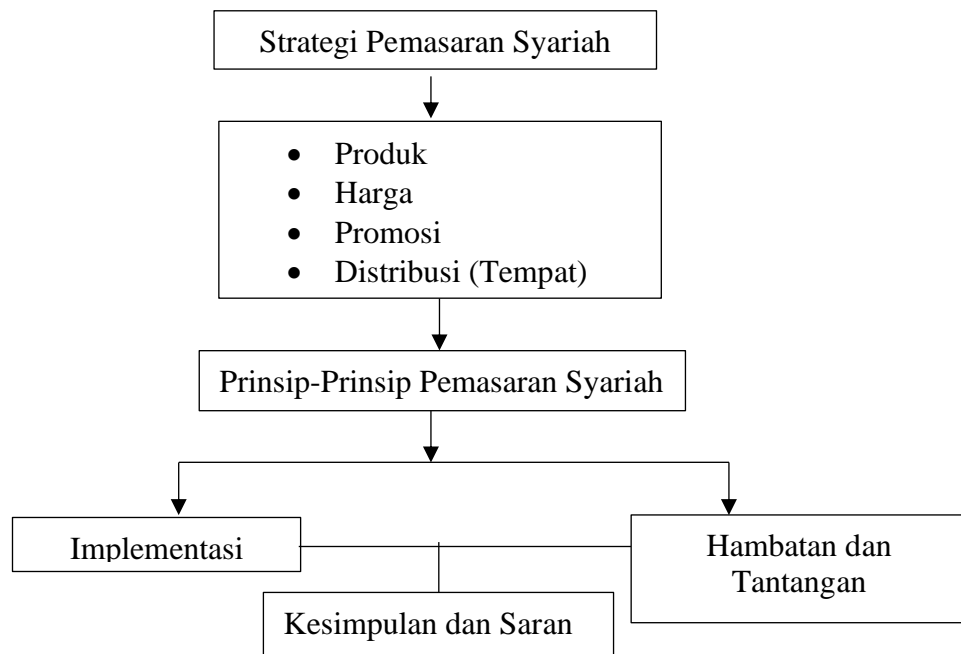
⁵⁷ Siti Sholihah, *Pelaksanaan Asuransi Takaful Dana Pendidikan / Fulnadi di PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Surakarta*, (Fukultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta), 2010.

⁵⁸ Dessy Ardha, *Strategi Pemasaran Asuransi Allisya Protection Plus Pada Mitra Allianz PLA 003 palangka raya*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Islam IAIN-Palangka Raya), 2018.

	kasus pada PT. Prudential Life Assurance PRU syariah Kota Gajah. ⁵⁹	saling melindungi diantara peserta asuransi dengan akad <i>mudharabah</i> untuk hasil investasi da akad tabarru sebagai dana kebajikan yang digunakan untuk membantu peserta yang mengalami musibah.	Pelaksanaan Asuransi Pendidikan dalam perspektif syariah	Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar Plus dan juga tempat penelitian yang beda.
--	--	--	--	--

E. Kerangka Konseptual

Untuk mendekati masalah yang akan dianalisis pada permasalahan penelitian, maka perlu dibuat kerangka konseptual. Kerangka konseptual sebagai dasar pemikiran ini. kerangka yang dimaksud akan lebih mengarah penulis untuk menemukan data dan informasi dalam penelitian ini guna memecahkan masalah yang tepat dipaparkan sebelumnya. Adapun kerangka konseptual pada penelitian ini dapat sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Konseptual

⁵⁹ Ratna Andri Yanti, *Implementasi Asuransi Dana Pendidikan Dalam Perspektif Syariah” dengan studi kasus pada PT. Prudential Life Assurance PRU syariah Kota Gajah.* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro), 2019, h.50.

Gambar di atas menjelaskan bahwa penulis menggali informasi mengenai Implementasi Startegi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqrar Plus dalam Kajian Asuransi Syariah di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan yang meliputi Strategi pemasaran syariah yaitu produk, harga, promosi dan tempat yang berlandaskan pada prinsi-prinsip syariah, yang akan menjadi acuan dalam daftar pertanyaan yang akan ditanyakan sebagai sumber informasi utama penelitian ini.

Dari pertanyaan tersebut maka terjawablah rumusan masalah yaitu penerapan prinsip-prinsip syariah dalam strategi pemasaran asuransi pendidikan mitra iqrar di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan dan faktor penghambat dan tantangan dalam implementasi strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Metode ini menggunakan teknik analisis mendalam yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metode kualitatif yakni bersifat dari masalah satu dan berbeda dengan masalah lainnya.⁶⁰

Proses dalam penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting seperti mengajukan pertanyaan, menyusun prosedur, pengumpulan data yang spesifik dari para informasi atau partisipasi. Menganalisis secara induktif, mereduksi dan manafsirkan atau menangkap makna dari konteks masalah yang diteliti.⁶¹ Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki bukan susunan angka secara statistik tetapi berdasarkan kata-kata yang disusun yang telah dirumuskan. Menurut Strauss dan Corbin Creswell yang dimaksud dengan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain kuantifikasi (pengukuran).⁶²

⁶⁰ Nur Ahmadi Bi Rahmadi, *Metodelogi Penelitiann Ekonomi*, (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016), h. 4

⁶¹ Farida Nugrahani ed,al., *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2008), h. 25.

⁶² Pupu Saeful Rahmat. "Penelitian Kualitatif dalam *Jurnal Equilibrium*. Vol.5, No.9, Januari-Juni 2009, h. 2.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KPS cabang medan yang beralamat di Jl. Iskandar Muda No. 18, Petisa Hulu, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 2015.

2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan maret 2021 sampai dengan selesai. Adapun jadwal penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian Tahun 2021-2022

No	Kegiatan	BULAN (2021)										BULAN (2022)
		4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	
1	Pengajuan Judul	■										
2	Pengajuan Pembimbing Proposal		■									
2	Bimbingan Proposal				■	■	■					
3	Seminar Proposal						■					
4	Bimbingan Skripsi								■	■	■	
5	Sidang Munaqasah										■	■

Sumber: Data waktu penelitian yang diolah oleh penulis, Tahun 2021- 2022.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ialah sumber data yang diperoleh atau informasi yang dapat memberikan keterangan kepada penelitian berupa data yang terkait dengan implementasi startegi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus. Adapun subjek penelitian yang dimaksud ialah pada kepala Unit Manajer dan Agen 2 orang di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan titik fokus perhatian dari penelitian. Maka, objek dalam penelitian ini adalah Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian Asuransi Syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KPS Medan.

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Pada penelitian ini adanya jenis penelitian dan sumber data yaitu:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian pada skripsi ini ialah deskripsi kualitatif. Deskripsi kualitatif merupakan metode penelitian yang menggambarkan langsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁶³ Menurut pendapat Sudarto kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan dari orang atau peliku yang dapat diamati.⁶⁴

Berdasarkan uraian tersebut penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian skripsi ini menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat mengenai implementasi startegi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah.

2. Sumber Data Penelitian

Dalam sumber data terpadat dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder, Adapun sumber data yang dipergunakan dalam ini adalah:

a. Data Primer

Data Primer ialah data yang diperoleh dengan cara langsung dari sumbernya melalui wawancara kepada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan.

⁶³ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h.22.

⁶⁴ Moh, Kasiram, *Metodelogi Penelitian Kuantitatifkualitatif*, (Yogyakarta: Offset, 2010), h. 175.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang sifatnya mendukung sumber data primer. Dalam data sekunder ini meliputi dokumen, brosur, buku, jurnal yang berkaitan dengan masalah penelitian ini yaitu:

- 1) Dokumen dalam data sekunder ini meliputi
 - a) Ilustrasi program asuransi Mitra Iqra Plus PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.
 - b) Struktur Organisasi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.
 - c) SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa) PT AJS Bumiputera Medan.
- 2) Brosur dalam data sekunder ini meliputi brosur asuransi jiwa syariah individu Mitra Iqra Plus yang di peroleh dari PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.
- 3) Buku dalam data sekunder ini meliputi:
 - a) Abdullah Amrin, *Strategi pemasaran asuransi syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007).
 - b) Walid Nopriansyah, *Asuransi Syariah*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016).
 - c) Nurul Huda, Khamim Hudori Rizal Fahlevi, Badrusa'diyah, Dea Mazaya, Dian Sugiarti, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2017).
 - d) M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Strategik Pada Asuransi Syariah (Kesehatan, Pendidikan, Jiwa)*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2015).
 - e) Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014).
- 4) Jurnal dalam data sekunder ini meliputi:
 - a) Junaidi Abdullah. "Akad-akad di dalam Asuransi Syariah" dalam *Jurnal Of Sharia Economic Law*, P-ISSN: 2655-9021, E-ISSN: 2655-9579, Maret 2018.

- b) Hilada Sabrie Yunita, et. al., *Prinsip General Takaful System Dalam Akad Asuransi Syariah Demi Mencapai Kemaslahatan*, Artikel jurnal Perspektif Volume XX No. 3 Tahun 2015 Edisi Sepetember.
- c) Ikrar Putra Setiawan, et. all. “analisis strategi pemasaran produk asuransi jiwa berbasis syariah pada industri jasa asuransi di kota makassar (studi kasus pada pt. Prudential life assurance area makassar).” *YUME : Journal of Management* Volume 1 no 3. 2018.

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah salah satu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.⁶⁵ Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis teknik pengumpulan data tersebut ialah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang digunakan dalam pengumpulan data. wawancara (*inter-view*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Menurut Meleong dan Haris Herdiansah pengertian wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁶⁶ Wawancara yang penulis ajukan kepada staf pemasaran untuk mengetahui implementasi strategi pesamaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian asuransi syariah.

⁶⁵ Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 174.

⁶⁶ Wahyu Nugroho, *Pengaruh Layanan Mediasi Terhadap Perilaku*, Jurnal Media Koms Vol.5 No. 2 Oktober 2019, ISSN : 258-424 X.

2. Observasi

Merupakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi dimaksudkan untuk mengamati terhadap peristiwa-peristiwa yang dilakukan dengan cara melihat, mendengarkan, merasakan, dan kemudian dicatat subjek penelitiannya. Observasi dilakukan oleh penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan.⁶⁷ Peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian yaitu mengamati kegiatan yang dilakukan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KPS cabang medan terkait dengan Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus dalam Kajian Asuransi Syariah.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengambilan data yang diperoleh dari dokumen. Dokumentasi adalah salah satu cara dalam pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap.⁶⁸ Dokumentasi merupakan sebuah pencarian, penyelidikan, pengumpulan, pengawetan, penguasaan, pemakaian, dan penyediaan, dokumen. Dokumentasi ini digunakan untuk mendapatkan keterangan dan penerangan pengetahuan dan bukti.

⁶⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), Hal. 115.

⁶⁸ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), h. 158.

4. Studi Pustaka

Studi kepustakaan ialah menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian. Informasi tersebut dapat diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, tesis, disertasi, ensiklopedia, internet dan sumber-sumber lainnya.

F. Analisis Data

Setelah data-data yang diperlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya ialah menganalisis data-data kualitatif tersebut. Dalam rangka menjawab rumusa masalah yang ditetapkan oleh penulis, Maka analisi data yang menjadi acuan dalam penelitian ini mengacu pada beberapa tahapan yang dijelaskan. Miles dan Hurberman tahap pertama adalah pengumpulan data, kemudiam reduksi data, lalu penyajian data dan terakhir adalah penarikan kesimpulan.⁶⁹

Adapun beberap proses analisis data adalah:⁷⁰

1. Pengumpulan data

Pada analisis pengumpulan data ini dilakukan dengan pengumpulan data dari hasil wawancara, hasil observasi dan berbagai dokumen berdasarkan kategori yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

2. Reduksi data

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan dan mengorganisasi data dengan cara sedekian rupa sehingga dapat dirangkum. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu diperlukan dalam mencatat data secara teliti dan rinci. Semakin lama penelitian ke lapangan, maka jumlah data semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisi data melalui reduksi data. Merduksi data

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi*, (Bandung: Alfabeta. 2018), h. 335.

⁷⁰ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan...*, h. 402.

bearti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari polanya.⁷¹

3. Penyajian data

Setelah data direduksi, tahap selanjutnya adalah menyajikan data Penyajian sebagai kumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian-penyajian, maka dapat dipahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis ataukah mengambil tindakan berdasrakan pemahaman dari penyajian-penyajian tersebut.

4. Menarik Kesimpulan

Setelah penyajian data maka selanjutnya ialah menarik kesimpulan. Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Kesimpulan ditarik semenjak peneliti menyusun pencatatan, pola-pola, pernyataan-pernyataan, konfigurasi, arahan, sebab akibat, dan berbagai proporsi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian ini yang mungkin bisa dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*,.h. 246.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. AJS Bumiputera KPS Medan

1. Sejarah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera KPS Medan

Perjalanan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera sebelum merambah pasar persaingan sebagai perusahaan perlindungan jiwa dan investasi berbasis syariah. Perusahaan asuransi jiwa syariah merupakan perusahaan asuransi jiwa nasional pertama dan tertua yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. Perusahaan ini lahir hingga setahun setelah berdirinya *Boedi Oetomo*, dimana sebuah gerakan nasional yang menjadi sumber inspirasi bagi para pionirnya dengan nama “*Onderlinge Levensverzekering Maatschappij Persatoem Goeroe Indies Netherlands*” atau disingkat O.L.MIJ. PGHB. Yang dimaksud dengan usaha patungan (*Onderlinge Levensverzekering*) adalah kegiatan usaha ini dimiliki oleh peserta asuransi jiwa itu sendiri.⁷²

Awal mula berdirinya Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera tidak terlepas dari berdirinya AJB Bumiputera. AJB Bumiputera adalah perusahaan asuransi jiwa yang berdiri sejak tahun 1912, gagasan untuk mendirikan perusahaan asuransi jiwa muncul dari keprihatinan mendalam tentang nasib guru Bumiputera (Pribumi), yang saat itu adalah guru Belanda. Dengan demikian, kesejahteraan guru pribumi tidak terjamin. Perusahaan ini dirintis dan didirikan pada tahun 1910 oleh Mas Ngabehi Dwidjosewojo. Seiring berjalannya waktu, dilaksanakan sebagai badan usaha komersial yang menjadi salah satu resolusi kongres PGHB pertama di Magelang pada 12 Februari 1912. Ia menjabat sebagai komisaris utama dalam pemerintahannya. Di dukung oleh MKH Soebrot sebagai direktur dan M. Adimidjojo sebagai bendahara. Ketiganya dikenal sebagai trio pendiri Bumiputera, sehingga asuransi jiwa dengan Bumiputera 1912 merupakan

⁷² Bumiputera Proven OverTime, <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/profil-kami/>, di unduh pada tanggal 02 Mei 2020, 22:15 Wib.

perusahaan asuransi jiwa bertaraf internasional dan juga merupakan perusahaan asuransi jiwa pertama di Indonesia.

Sejarah organisasi berbasis syariah di PT. AJS Bumiputera ini dimulai dengan berkembangnya lembaga keuangan syariah, sehingga Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera merupakan salah satu divisi dari PT. AJS Bumiputera, yang mulai beroperasi pada tahun 2002, dan dimulai dengan memenangkan tender meliputi Perjalanan Haji . di Indonesia pada tahun 2003. Mitra Iqra PlusPlus pada pertengahan April 2003 dan Mitra Sakinah pada awal 2004. Pada tahun 2006 Asuransi Bumiputera Syariah di Medan, Jl. Iskender Muda No. 18, Petisa Hulu, Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 2015.⁷³

2. Visi & Misi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

Adapun Visi dan Misi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan:⁷⁴

a. Visi

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang berkualitas dan terkemuka di Indonesia.

b. Misi

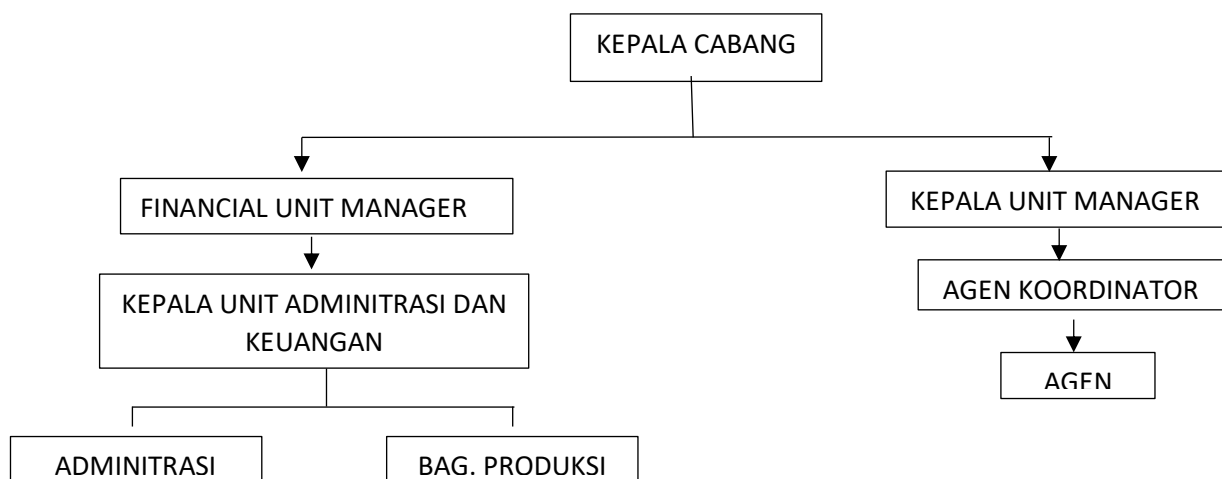
- 1) Menyediakan produk asuransi jiwa syariah yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan Masyarakat.
- 2) Memberikan pelayanan yang unggul kepada peserta internal dan eksternal dengan program kehidupan bisnis yang berkualitas dalam rangka meningkatkan moral, produktivitas, potensi sumber daya manusia dan profitabilitas.

⁷³ Jimmi Firmansyah, Kepala Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 26 Agustus 2021.

⁷⁴ Bumiputera Proven OverTime, <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/profil-kami/>, di unduh pada tanggal 08 November 2021, 15:57 Wib.

3. Struktur organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan organisasi atau perusahaan dengan masing-masing departemen dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Syariah (KPS) Medan memiliki struktur organisasi berupa garis dimana pimpinan bertindak sebagai pengelola puncak Hal ini menunjukkan kewenangan dan tanggung jawab yang jelas dalam pembagian fungsi operasional. Struktur organisasi PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera, KPS Medan telah mengalami banyak perubahan dan penyempurnaan sejalan dengan pembinaan dan pengembangan perusahaan. Struktur organisasi perusahaan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan beralamat Jl. Iskender Muda No. 138 Medan seperti di bawah ini:



Sumber: Profil PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

4. Tata Nilai Perusahaan

Adapun nilai-nilai perusahaan di PT. AJS Bumiputera yang diberi arti dan perilaku utama, sebagai berikut:

- a. *Integrity* merupakan sikap jujur, kesatuan ucapan dan tindakan, dan konsisten dalam memegang teguh nilai-nilai islami serta taat pada ketentuan Perusahaan.

- b. *Trustworthy* merupakan sikap yang amanah dalam bekerja sebagai tim yang solid dan bersinergi untuk mencapai hasil terbaik bagi Perusahaan. Maka perilaku utama adalah mampu bekerja secara tim dan berperan aktif memberikan nilai tambahan positif bagi organisasi dalam memajukan perusahaan serta mencapai visi dan misi perusahaan.
- c. *Competency* merupakan bekerja berdasarkan keahlian profesional yang senantiasa meningkatkan sesuai dengan perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia. Maka pelaku utamanya adalah bersikap aktif dan terlibat dalam proses pembelajaran mandiri maupun bersama-sama secara terprogram dan berkelanjutan, untuk memastikan pertumbuhan keaslian *professional* individu dan organisasi.

5. Produk-Produk PT. AJS Bumiputera KPS Medan

PT. AJS Bumiputera, KPS Medan menawarkan beberapa jenis produk yakni:

a. Produk Mitra BP-Link Syariah

Mitra BP-Link (Bumiputera) Syariah merupakan program asuransi jiwa syariah berbasis investasi yang maksimal, fleksibel dan dikelola oleh manajer investasi *professional* serta alternative perlindungan tambahan sesuai kebutuhan nasabah. Mulai dari asuransi jiwa, rawat inap, pengobatan 53 penyakit kritis sampai jaminan apabila nasabah tidak produktif.

b. Produk Mitra Mabror Plus

Adalah membantu para nasabah yang mau pergi haji, dimana mitra mabrur plus tidak hanya membantu nasabah menyisihkan dana tabungan haji secara teratur, tetapi juga menyediakan dana bagi hasil dan asuransi perlindungan. Sehingga memungkinkan nasabah untuk menunaikan ibadah haji dengan tenang apa mencemaskan keluarga di rumah dan semua sesuai dengan syariah. Apalagi pemegang polis mengundurkan diri sebelum akhir masa asuransi, maka pemegang polis akan menerima saldo dana investasi pemegang polis.

c. Produk Assalam Family

Merupakan produk yang melindungi jiwa dan manfaat investasi yang kompetitif. Selain itu manfaat tambahannya (rider) dengan pilihan seperti santunan meninggal dunia akibat kecelakaan, penggantian biaya harian rawat inap rumah sakit, santunan bebas kontribusi akibat dan cacat tetap total akibat penyakit ataupun kecelakaan.

d. Produk Mitra iqrar plus

Mitra Iqra Plus dirancang khusus untuk menjadi mitra belajar untuk pendidikan anak. Melalui program ini, pendidikan anak dari sekolah dasar hingga ke perguruan tinggi, baik dalam keadaan kedua orang tua masih hidup atau telah meninggal dunia. Mitra Iqra Plus merupakan program asuransi dalam mata uang rupiah didasarkan pada syariah dan dirancang untuk memberikan perlindungan dan membiayai pendidikan bagi anak-anak hingga akhir pendidikan anak.

6. Logo perusahaan



Sumber: Profil PT. AJS Bumiputera

Gambar 4.2 Logo PT. AJS Bumiputera

Logo adalah gambar yang memiliki makna yang berperan sebagai salah satu identitas perusahaan.

1) Unsur Lambang logo PT. AJS Bumiputera

Lambang Bumiputera menggambarkan tiga orang yang saling berdekatan, masing-masing mengangkat kedua tangan. Arti dari logo Bumiputera adalah kedaulatan, martabat, mencerminkan karakter tradisional dan kekuatan Indonesia dalam arti modern. Selain itu, logo tersebut mewakili konsep timbal balik antara tiga pemangku kepentingan perusahaan, Pemegang Polis, Karyawan, dan Pemerintah.

2) Unsur Nama

- a) Nama “*Bumiputera*” merupakan identitas perusahaan, bersifat inklusif dan mencerminkan karakter tradisional Indonesia.
- b) Huruf "i" di tengah merupakan lambang mahkota yang diartikan sebagai "Indonesia", mewakili prestasi terbaik perusahaan asuransi Indonesia AJS Bumiputera, dan huruf "i" menyerupai pohon. Ini adalah simbol pertumbuhan dan pembaruan.

3) Unsur Tagline merupakan rangkaian kata “*Helping each other for a better future*” melambangkan saling membantu satu sama lain untuk masa depan yang baik.

B. HASIL PENELITIAN

1. Implementasi Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plusdi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

Bauran pemasaran merupakan elemen penting bagi keberhasilan perusahaan dalam pemasaran. Bauran pemasaran meliputi 4 komponen yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, sehingga kebutuhan akan komponen tersebut berlaku untuk pemasaran dalam menentukan keberhasilan usaha yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip pemasaran syariah.

a. Produk (*Product*)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Robby Ryo Irawan merupakan *Agent* beliau menjelaskan:

“Bahwa latar belakang keberadaan produk Mitra Iqra Plus ini tidak dapat dipungkiri karena dana pendidikan yang semakin meningkat setiap tahunnya membuat para orang tua khawatir akan masa depan anaknya. Pendidikan merupakan salah satu hal terpenting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, pendidikan dapat memberikan kontribusi terbaik untuk melahirkan generasi bangsa yang berkualitas untuk bersaing dan menghadapi tantangan di masa depan. Oleh karena itu PT. AJS Bumiputera menyediakan produk Mitra Iqra Plus ini untuk membantu orang tua dalam mempersiapkan dana pendidikan anaknya sehingga orang tua tidak lagi khawatir dengan masa depan anaknya.”⁷⁵

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dijelaskan bahwa asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus merupakan salah satu produk dari PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera yang bertujuan untuk membantu pendidikan anak-anak yang sudah direncanakan. Asuransi Mitra Iqra Plus adalah program yang berfungsi dalam perencanaan keuangan pendidikan anak secara syariah mulai dari tingkat Taman Kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, serta menyelenggarakan kesejahteraan keluarga, sehingga jika orang tua anak nanti meninggal, ahli waris akan mendapatkan dana pendidikan sesuai dengan kontrak, karena Mitra Iqra Plus ini sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan membantu orang tua dalam merencanakan dana pendidikan anaknya sejak dini.

Berdasarkan wawancara dengan bapak Robby Ryo Irawan beliau menjelaskan:

“Untuk membuat polis asuransi, pertama-tama kami akan melakukan lead (Prospek) kepada calon peserta, harapan ini dicapai dengan bernegosiasi dengan agen yang bertanggung jawab untuk menjual produk kepada calon peserta. jika calon nasabah tertarik dengan produk yang ditawarkan, langkah selanjutnya adalah membuat SPAJ (Klaim Asuransi Jiwa), setelah perusahaan mengisi SPAJ secara penuh, SPAJ ditandatangani dan apakah itu opsi triwulanan, semesteran atau tahunan, membuat/membayar sejumlah premi sesuai kesepakatan pertama yang

⁷⁵ Robby Rio Irawan, Agent PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

dipilih, Kemudian agen kami membawa SPAJ ke bagian Administrasi Produksi untuk memeriksa kelengkapan dokumen seperti KTP, KK, Paspor atau surat izin mengemudi (SIM). Kemudian manajemen produk memasukkan data tersebut ke dalam aplikasi Faktur untuk mengecek apakah sudah sesuai dengan data di SPAJ. Setelah masuk SPAJ, diterima struk pembayaran premi pertama yang harus ditandatangani oleh kepala cabang untuk dikembalikan kepada tertanggung. Kemudian hasil keluaran data berupa kwitansi, kwitansi merupakan ringkasan dari lembar bukti kas. Membuat salinan SPAJ untuk pengarsipan sebelum dikirim ke kantor wilayah Administrasi Produksi. Kemudian setelah SPAJ, bagian Administrasi Produksi dan kelengkapan kuitansinya, kuitansi pembayaran iuran pertama ditandatangani oleh teller, Kepala Bagian Tata Usaha dan Keuangan (K.U.A.K) dan kepala cabang. Berkas dikirim ke Kanwil Medan untuk dicetak polis. Kemudian Kantor Kecamatan (Deo) bagian polis memeriksa data SPAJ yang diterima dari cabang untuk mengesahkan dan mencetak polis (penerbitan polis). Masa SPAJ dicetak selama satu minggu, setelah dicetak oleh Direktorat Regional Medan, bagian penerbitan polis dikirim kembali ke cabang untuk dibagikan kepada pemegang polis, kemudian pemegang polis menandatangani buku polis.”⁷⁶

Persyaratan diterbitkannya polis asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus tersebut antara lain :

- i. Surat permintaan ditandatangani dan diisi dengan lengkap,
- ii. kontribusi pertama yang dibayarkan,
- iii. Menyerahkan fotokopi KTP seperti KTP,
- iv. Mengisi dan menandatangani formulir mengenai data pribadi, riwayat pekerjaan, riwayat kesehatan.
- v. Pemeriksaan dilakukan oleh yang berwenang (supervisor/ pimpinan operasi/ cabang/pimpinan wilayah),
- vi. Jika jumlah pertanggungan yang disepakati melebihi batas UP non medis atau jika tertanggung berusia di atas 50 tahun, hasil pemeriksaan kesehatan harus dicantumkan dalam surat klaim.

⁷⁶ Robby Rio Irawan, Agent PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Jimmi Firmansyah merupakan kepala Unit Manajer, beliau menjelaskan:

“Nasabah PT. AJS Bumiputera mengalami naik turun dari tahun ke tahun untuk peserta Mitra Iqra Plus. Seiring berjalannya waktu masyarakat mulai menyadari akan pentingnya menyiapkan dana pendidikan. Maka dari itu masyarakat membutuhkan asuransi untuk menjamin kelangsungan pendidikan anak. Peserta asuransi Mitra Iqra Plus akan mendapatkan sejumlah manfaat asuransi ketika terjadi risiko kematian pada peserta asuransi. Dengan demikian, ahli waris yang akan mendapat manfaat dari jumlah pertanggungan sesuai dengan kontrak. Batas usia maksimal untuk asuransi Mitra Iqra Plus adalah 18 tahun dikurangi usia anak saat ini. Selama jangka waktu tersebut, tertanggung berada di bawah perlindungan asuransi jiwa syariah Bumiputera, meskipun pembayaran premi telah dihentikan. Ahli waris menerima sejumlah uang dari kematian tertanggung dalam biaya pendidikan atau sampai universitas dibayar oleh PT. AJS Bumiputera.”⁷⁷

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa asuransi sangat penting karena dengan berasuransi meminimalisir risiko. Kemudian PT. AJS Bumiputera akan memberikan uang pertanggungan terhadap risiko yang dialami peserta. Asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus ini memegang peranan penting untuk masa depan anak yang cerah karena membantu dana pendidikan anak.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Yuli, beliau menjelaskan:⁷⁸

“Produk yang kami miliki Insya Allah halal karena terjamin DPS nya, terkhusus pada produk Mitra Iqra Plus merupakan produk gabungan antara produk perbankan yang dikelola dengan sistem *mudharabah* (bagi hasil). Produk asuransi Mitra Iqra Plus ini tidak mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* ataupun *bathil* dan pengelolaannya bersifat secara *transpara*”.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa Produk Mitra Iqra Plus ini merupakan produk gabungan antara produk perbankan yang dikelola dengan sistem *mudharabah* (bagi hasil). Produk asuransi Mitra Iqra Plus ini tidak

⁷⁷ Jimmi Firmansyah, Kepala Unit Manajer PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁷⁸ Yuli Fitri Wulandari, Agent PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021

mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* ataupun *bathil* dan pengelolaannya bersifat secara *transparan* dan dapat dipertanggung jawabkan, karena adanya DPS yang berfungsi untuk mengawasi manajemen produk maupun investasi.

Hasil Wawancara dengan Ibu Yuli Fitri Wulandari merupakan *Agent*, beliau menjelaskan:

“Produk Mitra Iqra Plus dirancang untuk semua orang, terutama orang tua yang ingin masa depan anaknya terjamin. Kami tidak membedakan antara nasabah yang kaya maupun nasabah yang miskin, karena kami menganggap keluarga, setiap nasabah yang mengikuti asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus stentu ingin memberikan yang terbaik untuk masa depan bagi putra-putri. Pengimplementasi asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam praktiknya PT. AJS Bumiputera, KPS Medan bersih dari unsur *gharar*, *maisir* dan *riba*. Karena dalam pelaksanaan asuransi pendidikan Islam bagi Mitra Iqra Plus, terdapat kesepakatan antara kedua belah pihak dalam perjanjian polis. Kedua belah pihak antara PT. AJS Bumiputera, KPS Medan dan peserta asuransi telah menyepakati pembayaran premi, jangka waktu, pengelolaan dana, *mudharabah* (bagi hasil) dan prosedur pengajuan.”⁷⁹

b. Harga (*Price*)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Jimmy, beliau menjelaskan:

“Premi minimal 300.000 untuk asuransi Mitra Iqra Plus bisa secara triwulan, semester maupun tahunan. Premi dibayarkan setelah persyaratan telah lengkap diterima dan disetujui oleh perusahaan dan polis sudah ada. Maka premi dibayarkan bisa ke kantor pusat, kantor cabang, perwakilan yang ditunjuk oleh perusahaan atau bisa ke rekening PT. AJS Bumiputera, karena premi Mitra Iqra Plus ini sangat terjangkau dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah karena ada beberapa akad yang melaksanakan pemasaran asuransi pendidikan bagi Mitra Iqra Plus , yaitu akad tebaru sebagai akad hibah (dana shadaqah, dana infaq) yang disumbangkan oleh peserta untuk saling membantu (*Ta'awun*) menanggulangi musibah kematian (resiko meninggal) diantara sesama peserta jika ada yang meninggal dunia dalam masa asuransi. Akad

⁷⁹ Yuli fitri Wulandari, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

wakalah bil ujah ialah akad yang tujuan komersial dan akad *mudharabah* atau nisbah bagi hasil.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Robby, beliau menjelaskan:

“Di dalam industri asuransi harga disebut dengan premi, premi yang perusahaan terapkan sesuai dengan pasar sangat terjangkau, sehingga masyarakat yang ekonominya dibawah dapat berasuransi. Untuk premi pada produk Mitra Iqra Plus ini bisa dibayarkan dengan tiga cara yaitu cara bayar triwulanan dengan premi minimal Rp. 300.000, cara bayar semesteran dengan premi minimal Rp. 600.000 dan secara tahunan dengan premi minimal 1.200.000. Peserta boleh membayar premi sesuai dengan kesanggupan karna kami tidak ada paksaan.”⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Yuli, beliau menjelaskan:

“Premi yang diterapkan dengan melihat pasar dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah karena adanya konsep *risk sharing*, dimana dana yang disetorkan oleh nasabah akan dikelola dalam rekening dana *tabarru*. Pengelolaan dana secara transparan sehingga dalam pelaksanaannya untuk saling membantu nasabah lain yang sedang terkena musibah dan premi sebagian dari dana tersebut akan di investasikan dengan akad *mudharabah*. Apabila peserta premi dengan lancar maka peserta akan mendapatkan dana tahan pendidikan sesuai dengan premi tersebut.”⁸²

Dari hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa premi adalah kewajiban bertanggung kepada penanggung dalam bentuk pembayaran berkala sejumlah kontribusi tertentu. pembayaran dapat dilakukan melalui *agent* atau peserta dapat datang langsung ke kantor asuransi atau dikirimkan ke rekening bank PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Premi Mitra Iqra Plus minimal Rp. 300.000,-/ triwulan tidak dibatasi. Untuk pembayaran premi Dana Tahapan Pendidikan (Manfaat Awal) asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Apabila pembayaran premi lancar, maka otomatis Dana Tahapan Pendidikan akan diberikan sesuai jadwal, untuk peserta yang setor preminya lewat *agent*. Dalam pengimplementasi dengan prinsip-prinsip

⁸⁰ Jimmy, Kepala Unit Manager PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸¹ Robby Rio Irawan, Agent PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸² Yuli Fitri Wulandari, Agent PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

syariah karena ada beberapa akad yang melaksanakan pemasaran asuransi pendidikan bagi Mitra Iqra Plus yaitu akad tebaru sebagai akad yang disumbangkan oleh peserta untuk saling membantu (*Ta'awun*) menanggulangi musibah kematian (resiko meninggal) diantara sesama peserta jika ada yang meninggal dunia dalam masa asuransi. Akad wakalah bil ujah ialah akad yang tujuan komersial dan akad *mudharabah* atau nisbah bagi hasil dan pengelolaan dana secara transparan.

c. Distribusi/ Tempat (*Pleace*)

Distribusi merupakan kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Berdasarkan wawancara dengan bapak Jimmy, beliau menjelaskan:

“Untuk penggunaan saluran distribusi di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan menggunakan bentuk distribusi yang sederhana. Dimana dalam menyalurkan distribusi pihak perusahaan mendatangi langsung calon nasabah melalui *agent* PT. AJS Bumiputera atau melalui supervisor (unit manager) lapangan ke calon peserta. Memasarkan produknya dengan mengedepankan prinsip-prinsip Syariah, dimana kami selalu adil kepada semua peserta, tidak membandingkan satu peserta dengan peserta lainnya dan juga menerapkan pemasaran yang dicontohkan oleh Nabi seperti Siddik, Amanah, Fathanah dan Tabligh. Lokasi menjadi tempat pertimbangan dalam memasarkan, lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi umum, lokasi yang dapat dilihat jelas ditepi jalan dan tempat parkir yang luas.”⁸³

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Robby, beliau menjelaskan:

“Untuk saat ini kami memaksimalkan produk yang ada dengan meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan kepada peserta asuransi syariah, maka segmentasi pertama yang kami lakukan adalah riset pasar (*market research*) melihat kebutuhan dan keinginan calon atau peserta asuransi syariah. Kedua, dari sisi ekonomi calon peserta dan peserta asuransi, Sehingga membuat kami untuk memikirkan strategi pemasaran yang lebih terarah, karena tidak semua orang dengan ekonomi atas, tetapi mereka yang menengah ke bawah. Hal ini dilakukan agar produk kami tetap eksis dari waktu ke waktu, dan untuk saat ini kami terus memaksimalkan produk yang ada khususnya Mitra Iqra Plus , untuk

⁸³ Jimmy Firmansyah, Kepala Unit Manajer PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

identifikasi pada produk Mitra Iqra Plus minimal usia anak adalah 1 tahun dan maimal 18 tahun.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Yuli, beliau menjelaskan:

“Kami selalu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah dengan perilaku yang sopan, ramah dan berbicara dengan tutur kata yang baik agar nasabah merasa nyaman dan royal, kegiatan memasarkan produk asuransi Mitra Iqra Plus dengan menjaga citra perusahaan menjadi hal yang utama, mengedepankan profesionalitas dalam memasarkan dengan menerapkan nilai-nilai syariah untuk mencapai keberhasilan memasarkan produk asuransi Mitra Iqra Plus kepada peserta.”⁸⁵

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa distribusi yang dilakukan perusahaan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah dengan mencontohkan etika pemasaran yang telah dicontohkan Rasulullah Saw yaitu *Siddiq, Amanah, Tabliq* dan *Fathanah*. Memaksimalkan produk yang ada dengan meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan pelayanan kepada peserta asuransi syariah, maka pertama yang perusahaan lakukan adalah riset pasar (market research) melihat kebutuhan dan keinginan calon atau peserta asuransi syariah. Kedua, dari sisi ekonomi calon peserta dan peserta asuransi, Sehingga perusahaan dapat untuk memikirkan strategi pemasaran yang lebih terarah, karena tidak semua orang dengan ekonomi atas, tetapi mereka yang menengah ke bawah. Hal ini dilakukan agar produk kami tetap eksis dari waktu ke waktu, dan untuk saat ini kami terus memaksimalkan produk yang ada khususnya Mitra Iqra Plus untuk identifikasi pada produk Mitra Iqra Plus minimal usia anak adalah 1 tahun dan maimal 18 tahun.

⁸⁴ Robby Rio Irawan, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Agustus 2021.

⁸⁵ Yuli fitri Wulandari, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

d. Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan wawancara dengan bapak Jimmy, beliau menjelaskan:

“Perkembangan ekonomi yang semakin meningkat perlunya upaya untuk meningkatkan produktivitas perusahaan dalam memasarkan produknya, karena persaingan yang semakin gencar strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk yakni periklanan, berbagai saluran seperti media cetak, media elektronik dan media sosial digunakan dalam penggunaan promosi dengan iklan. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) perlu adanya promosi penjualan yang menarik peserta agar peserta tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Seperti harga yang ditawarkan sangat terjangkau. *Personal selling* yang dilakukan oleh perusahaan *door to door*. Dimana agen kami mendatangi langsung nasabah, karena agen memiliki peranan yang amat penting dalam *personal selling*.”⁸⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Robby, beliau menjelaskan:

“Kami menghubungi calon peserta untuk menawarkan sebuah produk asuransi yang dimiliki oleh PT. AJS Bumiputera, KPS Medan untuk menjelaskan tentang produk-produk tersebut ataupun kami mendatangi langsung calon peserta untuk mempromosikan. Adanya *agent* yang *profesional* dibidangannya, brosur untuk dapat lebih menyakini dengan bertutur kata yang santun menjaga silaturahmi dengan peserta dan sebagaimana dalam tata nilai perusahaan tata yaitu amanah, menyapaikan kualitas produk dengan jujur dan *profesional*.”⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Yuli, beliau menjelaskan:

“Kami menjalin hubungan yang baik dengan peserta, dengan menjalin hubungan yang baik dengan nasabah dapat menambah kepercayaan peserta dan beretika yang baik sesuai ajaran dalam Islam, dengan bersikap adil dan produk sesuai dengan akad syariah. Melakukan *personal selling*, menyebar brosur, memasang spanduk dan menggunakan media lain seperti web tersendiri.”⁸⁸

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara di atas perkembangan ekonomi yang semakin meningkat perlunya upaya untuk meningkatkan produktivitas

⁸⁶ Jimmy, Kepala Unit Manager PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸⁷ Robby Rio Irawan, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

⁸⁸ Yuli fitri Wulandari, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 4 Oktober 2021.

perusahaan dalam memasarkan produknya, karena persaingan yang semakin gencar. Dalam memasarkan produk Mitra Iqra Plus ini PT. AJS Bumiputera, KPS Medan strategi yang digunakan dalam mempromosikan produknya sebagai yaitu periklanan, promosi penjualan dan *personal selling* dengan menerapkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah menjaga etika yang baik kepada peserta.

2. Faktor Penghambat dan Tantangan Dalam Mengimplementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.

Perkembangan asuransi syariah di Indonesia adalah untuk kepentingan banyak orang, bukan untuk keuntungan bisnis. Bahkan, bukan hanya untuk umat Islam, tapi untuk seluruh warga Indonesia yang bersangkutan. Tidak hanya umat Islam saja yang dapat atau boleh mengikuti asuransi syariah ini, namun non-Muslim juga sangat berpeluang untuk ikut serta. Dengan sistem yang tidak memberatkan dan dapat menutup berbagai macam permasalahan dalam kehidupan dengan baik, dapat sangat bermanfaat dalam kehidupan manusia yaitu atas dasar kerjasama atau tolong menolong.

Hasil wawancara dengan bapak Robby beliau mengatakan bahwa:

“Faktor penghambat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah, kurangnya agen serta nasabah sulit ditagih untuk membayarkan premi. Tantangannya pengembangan teknologi yang masih kurang karena kami dalam memasarkan produk masih secara tradisional yaitu *personal selling*, banyaknya pesaing yang gencar dalam berinovasi dan lemahnya *marker share*”⁸⁹

Hasil wawancara dengan bapak Jimmy beliau mengatakan bahwa:

“Setiap bisnis pasti adanya hambatan dan tantangannya sendiri. Hambatan saat pengimplemntasian Mitra Iqra Plus yang pertama itu minimnya pengetahuan masyarkat tentang asuransi syariah, walau pun mereka mengetahui bahwa pendidikan itu penting dan dana pendidikan naik tiap tahunnya masih ada masyarak belum mau berasuransi, karena masyarakat kurang dalam mencari infomasi yang akurat, masyarakat percaya dengan

⁸⁹ Robby Rio Irawan, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 7 Oktober 2021.

isu-isu yang tersebar sehingga membuat masyarakat kurangnya kepercayaan terhadap asuransi syariah, mereka menganggap asuransi syariah sama seperti asuransi pada umumnya. Karena pegawai kami juga masih terbilang sedikit itu juga menjadi hambatan dalam pengimplentasian asuransi syariah. Dari hambatan tersebut menjadi tantang tersendiri untuk kami. Ada beberapa tantangan dalam pengimplementasian asuransi syariah ini yang pertama kurangnya *market share*, kami masih melakukan pemasaran seperti pada umumnya melalui *agent* dan menyebarkan brosur sehingga teknologi kami kurang berkembang, *market share* masih kurang ketetatnya persaingan dan kurangnya dukungan dari pemerintah dengan asuransi syariah, hambatan dan tantang tersebut tidak membuat kami minder, kami selalu melakukan yang terbaik dengan memberikan informasi yang positif kepada masyarakat.”⁹⁰

Hasil wawancara dengan ibu Yuli beliau mengatakan bahwa:

“Hambatan dalam pengimplementasian secara umum karena kurangnya kepercayaan masyarakat dengan asuransi, rasa trauma masyarakat tentang asuransi karena oknum *agent* yang tidak bertanggung jawab, hal ini menyebabkan masyarakat kurangnya pengetahuan tentang asuransi yang lebih mempercayai isu-isu negatif tentang asuransi, sehingga dalam perekrutan *agent* kami lebih selektif untuk menumbuhkan kepercayaan tentang asuransi syariah karena kepercayaan hal yang sangat penting jika masyarakat tidak percaya maka perusahaan akan bangkrut tidak adanya laba masuk perusahaan. Bukan hanya oknum *agent* yang tidak bertanggungjawab, peserta asuransi pun ada yang sulit ditanggih dengan memberikan alasan saat ditanggih. Hal tersebut menjadi tantangan untuk kami lebih bersabar dalam memasarkan produk-produk asuransi syariah dan lebih inovatif lagi.”⁹¹

Dari hasil wawancara tersebut dapat di jelaskan bahwa hambatan yang dialami perusahaan dalam pengimplementasian Mitra Iqra Plus yaitu minimnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah, Kurangnya kepercayaan masyarakat tentang asuransi syariah karena lebih mempercayai isu-isu negatif tentang asuransi syariah padahal sistem pengelolaan dana asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional, pada asuransi syariah adanya sistem tolong menolong sedangkan asuransi syariah dana hangus. Tantangannya PT. AJS Bumiputera KPS,

⁹⁰ Jimmy, Kepala Unit Manager PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 7 Oktober 2021.

⁹¹ Yuli fitri Wulandari, Agen PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 7 Oktober 2021.

Medan masih melakukan pemasaran seperti pada umumnya melalui *agent* dan menyebarkan brosur sehingga teknologi kami kurang berkembang, *market share* masih kurang ketetapnya persaingan dan kurangnya dukungan dari pemerintah dengan asuransi syariah.

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Implementasi Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran memainkan peran yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam memenuhi tujuan ini *Marketer* syariah harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan pemasaran, seperti perencanaan produk, harga dan distribusi, seperti halnya teknik promosi yang digunakan sesuai dengan tuntunan AL-Quran dan As-sunnah. Prinsip-prinsip pemasaran syariah menurut Habib Alim dan Shariful Haque dalam buku pengantar pemasaran Islam yang ditulis oleh buku Dhika Amalia Kurniawan dan Muhammad Zainal Abidin yaitu sebagai berikut:⁹²

a. Strategi (Hikmah)

PT. AJS Bumiputera, KPS Medan menerapkan strategi pemasaran, melakukan segmentasi pasar, kemudian memilih pasar mana yang menjadi fokus (*targeting*) dan juga mengidentifikasi (*positioning*) perusahaan yang selalu tertanam di benak peserta atau calon peserta. Karena produk Mitra Iqra Plus ini memberikan banyak manfaat kepada peserta asuransi dan juga ahli waris, karena program Mitra Iqra Plus ini dirancang khusus untuk menjadi mitra belajar anak.

1) Memilah-milah pasar (*Segmentasi*)

Segmentasi pertama yang PT. AJS Bumiputera, KPS Medan lakukan adalah riset pasar melihat kebutuhan dan keinginan calon atau peserta asuransi syariah. Dengan memaksimalkan produk yang ada dengan meningkatkan kualitas produk

⁹² Dhika Amalia Kurniawan & Muhammad Zaenal Abidin (ed), “*Pengantar Pemasaran Islam*”...,h. 64.

dan meningkatkan pelayanan ke peserta asuransi syariah. Kedua, dari sisi ekonomi calon peserta dan peserta asuransi, sehingga menyarankan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, karena tidak semua orang memiliki ekonomi atas, tetapi ada masyarakat menengah ke bawah.

2) Memilih target pasar (*Targeting*)

PT. AJS Bumiputera, KPS Medan pada produk Mitra Iqra Plus ini menargetkan kepada para orang tua dan anak-anak yang ingin mengalokasikan dana pendidikan untuk masa depan dan premi produk Mitra Iqra Plus sangat terjangkau.

3) Menentukan posisi yang tepat (*Positioning*).

PT. AJS Bumiputera memiliki beberapa produk salah satunya produk Mitra Iqra Plus. Produk Mitra Iqra Plus ini merupakan salah satu program dana pendidikan untuk putra-putri melalui program ini putri-putri tidak saja menerima dana pendidikan sesuai dengan jenjang pendidikannya, tetapi juga mendapatkan kesempatan memperoleh bagi hasil investasi dan pengembangan dana kontribusi yang dibayarkan melalui sistem bagi hasil. PT. AJS Bumiputera memasarkan produknya pada produk Mitra Iqra Plus dengan cara promosi melalui website, brosur ataupun bisa mendatangi perusahaan secara langsung.

b. Kebutuhan (*Need*)

Maka disimpulkan bahwa produk yang dimiliki PT. AJS Bumiputera, KPS Medan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, seperti masyarakat membutuh untuk dana pendidikan anak untuk meringkan kecemasan para orangtua jika terjadi risiko yang tidak terduga. Maka perusahaan menyediakan Mitra Iqra Plus untuk meringkan kecemasan para orangtua terhadap masa depan anak-anaknya. Artinya bahwa sesama manusia (*Hablu Minannas*) dalam menciptakan produk sesuai dengan kebutuhan, sehingga kegiatan yang dilakukan bermanfaat (*bermaslahat*). Oleh karena itu, jika hubungan antar manusia sudah berjalan dengan baik, maka hubungan dengan Allah Swt (*Hablu Minallah*) akan berjalan harmonis dan mencari ridha Allah Swt.

Melalui program ini anak anda tidak hanya secara teratur menerima dana pendidikan sesuai dengan pendidikan dan juga akan mendapatkan kesempatan investasi dan pengembangan dana kontribusi yang dibayarkan melalui sistem bagi hasil (*Mudharabah*) dan sistemnya sesuai dengan syariah yang diawasi oleh DPS yang menghindari dari riba, *gharar* maupun *maysir* seperti pada DPS (Dewan Pengawas Syariah) PT. AJS Bumiputera dalam pengimplementasi pemasaran syariah pada produk Mitra Iqra Plus dengan mencari keridhaan Allah SWT, mengutamakan kualitas produk yang baik serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada peserta. Metode yang digunakan dalam pemasaran produk asuransi tidak hanya sebagai transaksi jual beli seperti biasa, tetapi dengan proses silaturahmi atau berdasarkan kekeluargaan.

- 1) Dan bagi peserta asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus yang panjang umur sampai berahirnya akad, akan memperoleh Dana Tahapan Pendidikan yang diberikan sesuai dengan jadwal yang telah tertera dalam Polis sebagai berikut:⁹³
 - i. TK (Taman Kanak-kanak) dengan usia 4 tahun, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $10\% \times$ manfaat awal
 - ii. Sd (Sekolah Dasar) dengan usia 6 tahun, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $10\% \times$ manfaat awal
 - iii. SMP (Sekolah Menengah Pertama) dengan usia 12 tahun, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan sebesar $20\% \times$ manfaat awal.
 - iv. SMA (Sekolah Menengah Atas) dengan usia 15 tahun maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $25\% \times$ manfaat awal.
 - v. Perguruan tinggi (PT.1) dengan usia 18 tahun, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $35\% \times$ manfaat
 - vi. Perguruan tinggi (PT.2) dengan usia 19, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $25\% \times$ sisa nilai tunai

⁹³ Ilustrasi Asuransi Mitra Iqra PlusPlus PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Pada tanggal 25 Agustus 2021.

- vii. Perguruan tinggi (PT.3) dengan usia 20, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $35\% \times$ sisa nilai tunai
 - viii. Perguruan tinggi (PT.4) dengan usia 21, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $50\% \times$ sisa nilai tunai
 - ix. Perguruan tinggi (PT.5) dengan usia 22, maka peserta akan menerima dana tahapan pendidikan $100\% \times$ sisa nilai tunai.
- 2) Sedangkan bagi peserta yang meninggal dunia sebelum masa berakhirnya kontrak (Akad), maka peserta akan menerima dana sebagai berikut:
- i. Satuan kebajikan
 - ii. Nilai tunai (premi tabungan + *mudharabah*)
 - iii. Dana tahapan pendidikan.
- 3) Apabila peserta berhenti sebelum akad berakhir, maka peserta hanya bisa mengambil nilai tunai (premi tabungan + *mudharabah*) yang apabila dana tersebut masih ada. Peserta boleh berhenti sementara (cuti) untuk membayar premi dengan syarat :
- i. Apabila dalam rentang waktu atau masa cuti, ternyata peserta mendapatkan dana Tahapan pendidikan, maka peserta wajib melunasi terlebih dahulu premi yang belum terbayar, baru kemudian bisa mendapatkan dan Tahapan Pendidikan.
 - ii. Apabila peserta saat cuti bayar premi ternyata meninggal dunia, selama masih ada premi tabarru' maka :
 - a) Ahli waris menerima Santunan Kebajikan.
 - b) Nilai Tunai (bila masih ada).
- c. Halal (*Tayyibat*)

PT. AJS Bumiputera adalah unit berbasis Syariah. Produk Mitra Iqra Plus ini merupakan produk gabungan antara produk perbankan yang dikelola dengan sistem *mudharabah* (bagi hasil). Premi dalam produk Mitra Iqra Plus ini mengandung unsur tolong menolong yaitu *Tabarru*. Produk asuransi Mitra Iqra Plus ini tidak mengandung unsur *maisir* (judi), *gharar* (ketidakjelasan), *riba* ataupun *bathil* dan pengelolaanya bersifat secara *transparan* dan dapat

dipertanggung jawabkan, karena adanya DPS yang berfungsi untuk mengawasi manajemen produk maupun investasi.

Ada beberapa akad yang melaksanakan pemasaran asuransi pendidikan bagi Mitra Iqra Plus yaitu akad tabarru sebagai akad hibah (dana shadaqah, dana infaq) yang disumbangkan oleh peserta untuk saling membantu (*Ta'awun*) menanggulangi musibah kematian (resiko meninggal) diantara sesama peserta jika ada yang meninggal dunia dalam masa asuransi. Akad *wakalah bil ujah* adalah akad yang tujuan komersial dan akad *mudharabah* atau nisbah bagi hasil.” Sebagai berikut penjelasannya:

- 1) Berdasarkan akad Wakalah bil ujah, saya mewakilkan kepada PT. AJS Bumiputera untuk mengelola risiko dengan ujah

Tabel 4.3 Cara Bayar Ujah

Tahun	Maksimal Ujah
Tahun ke-1	40%
Tahun ke-2	19%
Tahun ke-3	9,34%

Sumber: Brosur PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

- i. Untuk pembayaran kontribusi maksimal 40% dari kontribusi tahun ke-1, maksimal 19% dari kontribusi tahun ke-2, dan 9,34% dari kontribusi tahun ke-3 dan seterusnya.
 - ii. Biaya polis sebesar Rp100.000,- (seratus ribu rupiah) dan pembatalan polis pada *masa Free Look* sebesar Rp. 100.000,-
- 2) Berdasarkan akad *Tabarru*, saya menghibahkan sebagian dari kontribusi untuk dana *tabarru* yang bertujuan membantu seseorang yang terkena musibah.
 - 3) Berdasarkan akad *Mudharabah*, Saya mempercayakan (amanah) pengelolaan investasi dana *tabarru* kepada PT. AJS Bumiputera, KPS Medan sesuai akad *mudharabah* dengan nisbah bagi hasil 70% untuk dana tabarru dan 30% untuk PT. AJS Bumiputera.

Sehingga dapat dijelaskan bahwa produk Mitra Iqra Plus tidak hanya membantu masyarakat untuk membiayai pendidikan anak secara rutin. Namun lebih dari itu, produk bersama Iqra Plus juga menawarkan *danamudharabah* (bagi hasil) dan khususnya perlindungan asuransi. Keuntungan perusahaan diperoleh dari bagi hasil dana peserta yang dikembangkan dengan prinsip *mudharabah* (bagi hasil).

- a. Rekening tabungan peserta, yaitu dana yang merupakan milik peserta yang dibayarkan bila perjanjian berakhir, peserta mengundurkan diri, peserta meninggal dunia.
- b. Rekening tabarru, yaitu kumpulan dana kebajikan untuk saling menolong dan saling membantu, yang dibayarkan bila peserta meninggal dunia, perjanjian telah berakhir (bila ada surplus dana).

Paling tidak, hak dan kewajiban masing-masing peserta harus ditentukan secara terpisah dalam kontrak Tabarru. Hak dan kewajiban antara peserta perorangan dalam rekening tabarru sebagai peserta dalam akad tabarru, dalam arti organ atau kelompok. Ada syarat dan ketentuan lain yang disepakati tentang cara dan waktu pembayaran premi dan manfaat, tergantung pada jenis asuransi yang dikontrakkan dan perusahaan asuransi syariah bertindak sebagai pengelola dana hibah atas dasar wakala dari peserta selain pengelolaan investasi. Pengelolaan asuransi dan reasuransi syariah hanya dapat dilakukan oleh lembaga yang bertindak sebagai wali amanat.

5. Persetujuan timbal balik (*Mutual Consent*)

Pelaksanaan PT. AJS Bumiputera secara transparan dalam transaksi yang direalisasikan sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama antara perusahaan dan peserta, baik dari segi harga produk maupun kualitas produk. Harga produk yang ditawarkan oleh PT. AJS Bumiputera Bermacam ragam ada cara pembayaran berdasarkan triwulanan, semesteran maupun pembayaran dilakukan tahunan, berikut cara pembayaran Mitra Iqra Plus dibagi menjadi tiga yaitu:

1. Cara bayar triwulanan : Rp. 300.000
2. Cara bayar semesteran : Rp. 600.000
3. Cara bayar tahunan : Rp. 1.200.000

Metode pembayaran kontribusi dilakukan bisa langsung ke perusahaan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan maupun melalui via bank atau transfer ke nomor rekening PT. AJS Bumiputera.

Tabel 4.1

Pemegang Polis dan Peserta Asuransi Mitra Iqra Plus

Pemegang Polis		Peserta	
Nama	: Atika Andriani	Nama	: Atika Andriani
Tanggal Lahir	: 1 Oktober 1996	Tanggal Lahir	: 1 Oktober 1996
Usia	: 25 Tahun	Usia	: 25 Tahun
Mulai Asuransi	: 25 Agustus 2021	Usia Anak	: 1 Tahun
Masa Asuransi	: 17 Tahun	Manfaat Asuransi	: Rp. 48.000.000
Cara Bayar	: Triwulanan	Asumsi Tingkat	: 7,00 p.a
Kontribusi	: Rp. 1000.000	Investasi*}	
		<i>Mudharabah</i> Dana	: -70% Peserta
		Investasi	: 30% Perusahaan

Sumber: Ilustrasi Program Asuransi Mitra Iqra Plus PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

Tabel 4.2

Ilustrasi Program Asuransi Mitra Iqra Plus

Usia Peserta	Usia Anak	Akumulasi				Klaim Dana Tahapan Pendidikan				Akumulasi
		Kontribusi	Tabarru	Ujrah	<i>Mudharabah</i>	Ket	**Hidup	Ket	***MD	
25	1	4.000.000	171.200	1.600.000	67.219	-	0	-	0	2.296.019
26	2	8.000.000	342.400	2.360.000	271.226	-	0	-	0	5.5668.826
27	3	12.000.000	513.600	2.733.600	645.757	-	0	-	0	9.39538.557
28	4	16.000.000	684.800	3.107.200	1.206.193	-	0	-	0	13.414.193
29	5	20.000.000	856.000	3.480.800	1.961.557	-	0	-	0	17.624.757
30	6	24.000.000	1.027.000	3.854.400	2.688.309	10%	4.800.000	10%	4.800.00	17.006.709
						MA		MA	0	
31	7	28.000.000	1.198.400	4.228.000	3.618.063	-	0	-	0	21.391.663
32	8	32.000.000	1.139.600	4.601.600	4.760.674	-	0	-	0	25.898.474
33	9	36.000.000	1.540.800	4.975.200	6.126.474	-	0	-	0	30.810.474

34	10	40.000.000	1.712.000	5.348.800	7.726.269	-	0	-	0	35.865.496
35	11	44.000.000	2.883.200	5.722.400	9.571.503	-	0	-	0	41.165.903
36	12	48.000.000	2.054.400	6.096.000	11.324.498	15% MA	7.200.000	15% MA	7.200.000	39.174.098
37	13	52.000.000	2.225.600	6.469.600	13.330.312	-	0	-	0	44.635.903
38	14	56.000.000	2.396.800	6.846.200	15.601.217	-	0	-	0	50.361.217
39	15	60.000.000	2.568.000	7.213.800	17.684.074	20% MA	9.600.000	20% MA	9.600.000	46.299.274
40	16	64.000.000	2.739.200	7.590.400	20.035.761	-	0	-	0	52.106.161
41	17	68.000.000	2.910.400	7.964.000	22.669.330	-	0	-	0	58.194.930
42	18	68.000.000	2.910.400	7.964.000	24.795.2444	30% MA	14.400.000	30% MA	14.400.000	45.920.844
43	19	68.000.000	2.910.400	7.964.000	26.467.077	25% SDI	11.480.211	15% MA	7.200.000	36.112.466
44	20	68.000.000	2.910.400	7.964.000	27.641.580	33% SDI	11.917.114	30% MA	9.600.000	25.369.855
45	21	68.000.000	2.910.400	7.964.000	28.257.337	50% SDI	12.684.927	30% MA	9.600.000	13.300.658
46	22	68.000.000	2.910.400	7.964.000	28.257.337	100% SDI	13.300.685	30% MA	12.000.000	-

Sumber: Ilustrasi Program Asuransi Mitra Iqra PlusPT. AJS Bumiputera, KPS Medan.

Adapun Penjelasan Ilustrasi Manfaat Mitra Iqra Plus Sebagai Berikut:⁹⁴

1. Jika Peserta ditakdirkan panjang usia hingga masa perjanjian asuransi berakhir dan jika anak sebagai penerima dana pendidikan hidup sampai dengan masa 4 tahun di perguruan tinggi, maka anak tersebut akan menerima dana tahapan pendidikan sesuai dengan tabel.
2. Jika anak sebagai penerima dana pendidikan ditakdirkan meninggal sebelum seluruh dana pendidikannya diterima, maka dana tahapan pendidikan yang belum diterimanya, akan dibayarkan kepada ahli waris peserta yang lain.

⁹⁴ Ilustrasi Asuransi Mitra Iqra PlusPlus PT. AJS Bumiputera, KPS Medan. Pada tanggal 25 Agustus 2021.

3. Jika peserta ditakdirkan meninggal dunia dalam masa asuransi, misalkan pada akhir tahun ke-2, maka ahli waris yang ditunjuk akan menerima dana sebagai berikut:

Akumulasi Dana	Rp. 5.568.826
Akumulasi dana titipan kontribusi	Rp. 0
Manfaat asuransi	Rp. 48.000.000
Dana tahap pendidikan	
SD	Rp. 4.800.000
SMP	Rp. 7.200.000
SMA	Rp. 9.600.000
PT tahun ke-1	Rp. 14.400.000
PT. tahun ke-2	Rp. 7.200.000
PT tahun ke-3	Rp. 9.600.000
PT tahun ke-4	Rp. 9.600.000
PT tahun ke-5	Rp. <u>12.000.000</u> [+]
	Rp. 127.968.826

Dari hasil penelitian makan dapat dijelaskan bahwa dalam memasarkan produk Mitra Iqra Plusini PT. AJS Bumiputera, KPS Medan strategi yang digunakan dalam mempromosikan produknya sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan merupakan alat promosi yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan semua produk yang diproduksi oleh perusahaan. Tujuan dari promosi melalui iklan ini adalah untuk menarik perhatian masyarakat atau untuk mempengaruhi masyarakat. Strategi yang digunakan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan dalam mempromosikan produk Mitra Iqra Plus yaitu dalam periklanan. Berbagai saluran seperti media cetak, media elektronik dan media sosial digunakan dalam penggunaan promosi dengan iklan.

a) Media Cetak

Media cetak merupakan salah satu dari periklanan yang digunakan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan dalam mempromosikan produknya. Media cetak yang digunakan yaitu majalah, spanduk, brosur, *billboard* (papan nama) dan memasar banner yang di letakkan didepan dan diluar kantor.

b) Media elektronik

Media elektronik merupakan media komunikasi yang digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk. PT. AJS Bumiputera, KPS Medan menggunakan media elektronik untuk mempromosikan produknya, calon peserta atau peserta asuransi dapat mengunjungi website resmi PT. AJS Bumiputera, KPS Medan, yaitu <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/>. Jika calon peserta kurang jelas tentang produk Mitra Iqra Plus, tinjau brosur. Dapat melihat produk milik PT. AJS Bumiputera, KPS Medan, menginformasikan kepada calon peserta persyaratan apa saja yang harus mereka penuhi jika ingin bergabung, persyaratan dan petunjuk permohonan, riwayat perusahaan dan grafik pertumbuhan baik dari segi simpanan maupun biaya.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Selain promosi melalui iklan PT. AJS Bumiputera juga menjalankan promosi melalui promosi penjualan (*Sales Promotion*). Tujuan dari promosi penjualan ini adalah untuk menarik peserta untuk meningkatkan penjualan atau untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan yaitu perlu adanya promosi penjualan yang menarik peserta, agar peserta tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Seperti harga yang ditawarkan sangat terjangkau.

3) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi atau *personal selling* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan produknya. *Personal selling* adalah penjualan yang dilakukan oleh perorangan dengan cara mendatangi langsung calon konsumen kemudian menyampaikannya secara lisan dalam bentuk chat kepada calon konsumen dengan tujuan untuk dijual. *Personal selling* yang dilakukan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan adalah secara tatap muka dengan

calon peserta atau peserta, sehingga dapat langsung mendeskripsikan produk secara detail, mendapatkan informasi langsung tentang produk khususnya produk Mitra Iqra Plus. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas produknya, serta membangun hubungan dengan peserta asuransi syariah.

4) *Direct Marketing*

Adalah suatu bentuk promosi yang dilakukan oleh PT. AJS Bumiputera, KPS Medan dengan langsung kepada calon peserta yang dituju dengan menggunakan telepon, email, sms.

2. Faktor Penghambat dan Tantangan Dalam Mengimplementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.

Hambatan Dalam Mengimplementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.

a. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah

Kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah, masyarakat menganggap bahwa asuransi itu tidak penting karena mereka tidak melihat dari sisi manfaat yang didapat, apalagi asuransi Mitra Iqra Plus yang sudah didapat itu sudah ada pertanggung jawaban sendiri dari kementrian agama, hal itu menjadi salah satu hambatan dalam memasarkan produk Mitra Iqra Plus di PT. AJS Bumiputera dan sekaligus tantangan tersendiri bagi seluruh karyawan khususnya para agen Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Medan untuk memberikan pemahaman tentang produk-produk Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Medan. Dengan hambatan tersebut Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Medan lebih proaktif dalam promosi, pemahaman dan pemasaran serta manfaat yang akan diperoleh dari produk Mitra Iqra Plus (Asuransi Dana Pendidikan).

Untuk memasarkan produk asuransi syariah, *Marketer* Syariah harus memahami produk yang akan ditawarkan kepada calon peserta. Karena sifat setiap produk asuransi juga berbeda, maka setiap *Marketer* syariah memiliki kemampuan yang berbeda dalam memahami suatu produk asuransi. Tugas

Marketer syariah adalah memberikan informasi rinci tentang produk asuransi yang dipasarkan dengan baik saat menjalankan tugasnya. Kemudian, *Marketer* syariah memastikan informasi yang disampaikan dipahami oleh calon peserta agar tidak terjadi konflik selama periode polis di kemudian hari. Memahami kemungkinan asuransi merupakan salah satu langkah keberhasilan *Marketer* syariah dalam memasarkan produk asuransi syariah.

b. Kurangnya kepercayaan masyarakat tentang asuransi syariah

Kurangnya kepercayaan masyarakat tentang asuransi karena terdapatnya agen atau pemasar lain yang memasarkan produk asuransi yang tidak sesuai atau menipu dengan penggelapan uang peserta membuat trauma masyarakat dan sulit mempercayai asuransi syariah. Karena masyarakat beranggapan bahwa asuransi syariah sama dengan asuransi (konvensional) lainnya. Sehingga banyak masyarakat yang tidak percaya dengan asuransi syariah, orang beranggapan bahwa asuransi memiliki unsur *garar*, *maisir* dan *riba*. Hambatan tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi karyawan PT. AJS Bumiputera tak henti-hentinya menjelaskan asuransi syariah produk Mitra Iqra Plus yang sesungguhnya. Dengan citra yang baik, turut membantu memasarkan produk Mitra Iqra Plus ketika berhadapan dengan masyarakat yang trauma dengan produk asuransi syariah.

c. Kurangnya *agent* di PT. AJS Bumiputera

Rendahnya dana penunjang perusahaan asuransi syariah, kurang edukasi promosi dan pelatihan pasar. Posisi pasar masih belum menentu antara penerapan konsep syariah yang belum unggul terhadap asuransi syariah, dan realitas bisnis di lapangan yang terkadang jauh dari prinsip syariah, keterbatasan daya dukung reasuransi (terkait dana). Dukungan kapasitas reasuransi yang masih terbatas (terkait juga dengan dana) dan belum adanya inovasi produk dan layanan yang benar-benar digali dari konsep dasar syariah. Dari rintangan tersebut menjadi tantangan bagi perusahaan, *markter* syariah adalah kunci keberhasilan perusahaan, jika *markter* syariah unggul akan meningkatkan

pemasaran produk asuransi syariah, pemasaran asuransi syariah yang unggul atau ideal tidak akan hanya menjual produk untuk mengejar komisi. Agen asuransi juga harus membantu masyarakat memahami dan mendapatkan perlindungan asuransi yang benar-benar sesuai dengan kebutuhannya.

d. Nasabah susah untuk ditagih

Membayar premi tepat waktu adalah suatu keharusan bagi peserta asuransi syariah, membayar premi mempengaruhi status keanggotaan. Namun, ada juga peserta asuransi syariah yang sulit untuk ditagih dengan berbagai alasan. PT. Ketika AJS Bumiputera menemukan peserta asuransi syariah mengalami kesulitan membayar premi, perusahaan akan menghentikan sementara status keanggotaan sampai peserta asuransi syariah membayar premi yang disepakati. Jika peserta ingin klaim tetapi belum membayar premi, permintaannya akan ditolak dan peserta asuransi syariah yang tidak membayar dalam waktu yang ditentukan akan didenda.

Tantangan Dalam Mengimplementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan.

a. Pengembangan teknologi yang masih kurang

Strategi pemasaran yang diterapkan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan masih secara tradisional yaitu melalui brosur, *prosonal selling*, dimana agent mendatangi nasabah untuk memperkenalkan produk-produk yang dimiliki perusahaan. Hal tersebut tidak membuat PT. AJS Bumiputera tidak putus asa tetap berusaha melakukan sebaik mungkin.

b. Kurangnya dukungan dari pemerintah

Dukungan pemerintah yang dinilai masih kurang. Mungkin karena konsep asuransi syariah masih baru, perjalanannya masih terbatas karena masih sedikit konsep yang perlu disesuaikan dengan aturan yang sudah ada sebelumnya. Namun seiring berjalannya waktu terjadi perkembangan dimana pemerintah telah memberikan dukungan yang nyata terhadap perkembangan asuransi ini.

Tantangan tersebut membuat perusahaan untuk lebih semangat lagi untuk pengimplementasian asuransi syariah ini, meningkatkan omset dan meningkatkan kretafitas dan inovasi sehingga mendapatkan dukungan dari pemerintah.

c. Lemahnya market PT. AJS Bumiputera

Banyaknya asuransi syariah di Indonesia yang mayoritas berstatus Unit Usaha Syariah (UUS), sehingga menyulitkan asuransi syariah untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar di tengah Kepatuhan Regulasi. Mengingat rendahnya pangsa pasar asuransi syariah. Selain itu, kondisi ekonomi makro dan mikro Indonesia yang relatif stabil, dan masih sedikitnya perusahaan asuransi syariah yang berstatus *full-fledged*, menciptakan peluang untuk melakukan divisi, meningkatkan pangsa pasar dan brand image, serta menerapkan prinsip syariah dalam operasional dan layanan peserta. Daya beli masyarakat khususnya masyarakat menengah ke atas semakin meningkat, dengan semakin beragamnya pilihan produk investasi syariah dan tumbuhnya industri keuangan syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat beberapa kesimpulan dari penelitian yaitu:

1. Implementasi produk Mitra Iqra Plus di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan, sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah seperti Hikmah, Kebutuhan, Halal (*Tayyibat*), Kesejahteraan (*Falah*), Kesepakatan Bersama sebagaimana dimaksud dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21/DSN-MUI /X/2001. Mengenai Pedoman Umum Asuransi Syariah untuk menghindari unsur-unsur yang bathil seperti *maysir*, *gharar* dan *riba*. Etika pemasaran yang dilakukan sesuai dengan keteladanan Rasulullah *Siddiq, Amanah, Tabliq dan Fathanah*. Tidak ada tindakan terdzalim dengan bersikap jujur dan transparan kepada peserta asuransi tentang produk Mitra Iqra Plus. Strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk Mitra Iqra Plus adalah periklanan, berbagai saluran seperti media cetak dan media sosial digunakan untuk tujuan promosi bersama dengan iklan, *sales promotion*, *personal selling* dilakukan secara tatap muka dengan calon peserta atau customer sehingga dapat langsung menjelaskan produk secara detail dan memberikan pelayanan dan kepuasan terbaik kepada peserta asuransi syariah.
2. Faktor penghambat dalam mengimplementasikan strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus yaitu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah, kurangnya *agent* serta nasabah sulit ditagih untuk pembayaran premi. Tantangannya adalah Pengembangan teknologi yang masih kurang, Lemahnya *market share* PT. AJS Bumiputera karena kurangnya dukungan dari pemerintah dan masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dipaparkan, maka penulis ini mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah dapat perusahaan PT. AJS Bumiputera, KPS Medan perlu lebih baik lagi dalam menerapkan strategi pemasaran produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat khususnya dalam strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dan lebih kreatif dan inovasi lagi dalam melakukan pemasaran untuk membuat pemahaman serta menumbuhkan kepercayaan kepada masyarakat tentang asuransi syariah karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang asuransi syariah. Lebih mengembangkan sosialisasi produk asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus secara terencana kepada semua pihak, termasuk karyawan, masyarakat dan pihak lain yang berkepentingan. PT. AJS Bumiputera, KPS Medan dengan memberikan kenyamanan dalam pelayanan terbaik kepada peserta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan tata nilai perusahaan.
2. *Agent* di PT. AJS Bumiputera, KPS Medan harus segera berbenah diri dengan rutin mengadakan pelatihan (training) atau seminar tentang konsep asuransi syariah untuk meningkatkan kualitas *agent* pemasaran dan lebih mengembangkan teknologi sehingga menjadi sarana mudah dalam mempromosikan produk ke masyarakat.
3. Menerapkan strategi yang baik dan matang agar dapat menguasai pangsa pasar demi kelangsungan perusahaan di masa yang akan datang. Karena di era globalisasi saat ini persaingan tidak hanya dengan berbasis konvensional melainkan berbasis syariah, dengan strategi yang diterapkan saat ini tidak cukup untuk bertahan, perlu bangkit dan menjadi lebih baik untuk menciptakan strategi, taktik dan konsep baru yang lebih menarik untuk merebut persaingan pasar di industri asuransi syariah di Indonesia. Perusahaan dapat mampu membaca dan mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat, dengan menciptakan dan meningkatkan kualitas produk perusahaan berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah.

4. Untuk peneliti lain selanjutnya yang akan meneliti mengenai strategi pemasaran asuransi pendidikan Mitra Iqra Plus dalam kajian syariah, penulis menyarankan untuk melakukan penelitian dengan memperdalam asuransi syariah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Junaidi. "Akad-Akad Di Dalam Asuransi Syariah." *Jurnal Of Sharia Economic Law* 1.1 (P-ISSN: 2655-9021, E-ISSN: 2655-9579), Maret 2018, h. 11-23.
- Abdullah, Amrin. *Startegi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: PT. Grasindo. 2017.
- Ardha, Dessy. *Startegi Pemasaran Asuransi Allisya Protection Plus*. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam). 2018.
- Arthesa, Ade & Edia Handiman (ed). *Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank*. Jakarta: PT. Iindeks Kelompok Gramedia, 2006.
- Brosur Bumiputera Syariah, *Asuransi Pendidikan Mitra Plus (Pendidikan Menjadi Dasar Putera Puteri Yang Soleh dan Sholehah*", pada tanggal 02 Agustus 2021.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Sygma Exagrafika, 2009
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum *Asuransi Syariah*.
- Firmansyah, Jimmi, Kepala Staf Pemasaran PT. AJS Bumiputera KPS Medan, Wawancara di Kantor Bumiputera, KPS Medan, pada tanggal 26 Agustus 2021.
- Hermawan, Sigit & Srayono (ed). *Manajemen Startegi Dan Resiko*. ed. Sriyono. Jawa Timur: Umsida Press. 2020.
- Huda, Nurul, et. al. *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Kurniawan, Dhika Amalia &. Muhammad Zaenal Abidin. *Pengantar pemasaran islam: Konsep, Etika, Strategi Dan Implementasi*. Jawa Timur: Universitas Darussalam Gontor. 2018.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana. 2012
- Muhammad, Arif, et. al. *Kewirausahaan (Teori, Motivasi Dan Aplikasi)*. Medan: Febi Uinsu. 2020.
- Muthiah. Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra' plus Pada Divisi Syariah Ajb Bumiputera 1912. (Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN-Syarif Hidayatullah). 2013.
- Nasution, Reza Abeng Rahmadhan & Rahmat Daim Harahap (ed). Pengaruh Premi, Hasil Underwriting Dan Risk Based Capital (RBC) Terhadap Return On Asset (ROA) Pada Asuransi Umum Unit Syariah Yang Terdaftar Di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU). 2020.
- Nazila, Tasya. *Analisis Startegi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah*

- Menggunakan Metode Swot, Studi Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banda Aceh*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN AR- RANRY Darussalam Banda Aceh). 2020.
- Nurhisam, Luqman. "Etika Marketin Syariah". *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. P-ISSN: 2354-7057; E-ISSN: 2442-3076. Vol. 4 No. 2 Desember 2017, h. 171-193.
- Rahmadi, Nur Ahmadi Bi. *Metodelogi Penelitiann Ekonomi*. Medan: FEBI UIN-SU Press. 2016.
- Ramadhani, SriI & Annio Indah Lestari (ed). *Analisis Startegi Pemasaran Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Medan*. (Laporan Penelitian, UINSU). 2019.
- Saeful Pupu Rahmat. *Penelitian Kualitatif dalam Jurnal Equilibrium*. Vol.5, No.9, Januari Juni 2009.
- Setiawan, Ikrar Putra, Et. All. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makassar (Studi Kasus Pada Pt. Prudential Life Assurance Area Makassar)." *Yume: Journal Of Management* Volume 1 No 3. 2018.
- Sholihah, Siti. 2018. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pada Pasien Cedera Muskuloskeletal Yang Memilih Berobat Ke Sangkal Putung Berdasarkan Pendekatan Teori Health Belief Model. (Skripsi, Fukltas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta). 2018.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muamalah: Lembaga Keuangan Dan Bisnis Kontemporer*. Medan: Pernadamedia Group. 2019.
- Suparmin, Asy'ari. *Asuransi Syariah Konsep Hukum dan Operasionalnya*. Jawa Timur: Uwais Inspirasi Indonesia. 2019.
- Suprayogi, Danu. *Penerapan Strategi Pemasaran Di Pt Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Assalam Family*. (Skripsi, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN-Raden Intan Lampung). 2018.
- Tohirin, Achmad. "Membangun Profesionalisme Manajemen Dakwah." *Jurnal MD*, Vol. 3, No. 2, Juli–Desember 2021.
- Wahyudi, Ihsan. *Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Mitra Iqra PlusPlusDi Asuransi Bumiputra Syariah Surakarta*. (Skripsi, Program Pasca Sarjana Ilmu Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta). 2010.
- Wetria, Fauzi. *Hukum Asuransi Indonesia*. Padang: Andalas Universitas Press. 2019.

- Yanti, Ratna Andri. *Implementasi Asuransi Dana Pendidikan Dalam Perspektif Syariah” dengan studi kasus pada PT. Prudential Life Assurance PRUsyariah Kota Gajah. (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro). 2019.*
- Yunita, Hilada Sabrie, et, al., *Prinsip General Takaful System Dalam Akad Asuransi Syariah Demi Mencapai Kemaslahatan.* Artikel jurnal Perspektif Volume XX No. 3 Edisi Sepetember 2015.
- Yusuf, A. Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana. 2014.
- Bumiputera Proven OverTime, <http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/profil-kami/>, di unduh pada tanggal 02 Mei 2020, 22:15 Wib.
- Databoks.com, <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/17/jakarta-memiliki-biaya-pendidikan-smp-termahal-di-indonesia>, Rata-Rata Total Biaya SMP/Sederejat T.A.2017/2018, di Unduh Pada Tanggal 28 Agustus 2021, 20:18 Wib.
- <https://Ekbis.Sindonews.Com/Berita/14263/34/Biaya-Pendidikan-Naik-10%Rencanakan-Dana-Pendidikan-Sedari-Dini>, Di Unduh Pada Tanggal 28 Agustus 2021, 19:23 Wib.
- [http://www.jojonomic.com//blog/target-pasar-pengertian--manfaat-dan-faktor-yang-harus diperhatikan/](http://www.jojonomic.com//blog/target-pasar-pengertian--manfaat-dan-faktor-yang-harus-diperhatikan/) diakses pada tanggal 26 Juli 2021, 11:10 Wib.

LAMPIRAN

Lampiran I Daftar Pertanyaan Wawancara dengan Pihak PT. AJS Bumiputera, KPS Medan

A. Produk Mitra Iqra Plus PT. AJS Bumiputera KPS Medan

1. Menurut bapak apa yang dimaksud dengan produk mitra iqrar plus dan apa yang melatar belakangi produk tersebut?
2. Kapan berdirinya produk mitra iqrar plus?
3. Apa yang menjadi keunggulan produk mitra iqrar plus?
4. Manfaat apa yang didapat nasabah jika berasuransi produk mitra iqrar plus?
5. Akad apa yang digunakan dalam penerapan dan pelaksanaan produk mitra iqrar plus?
6. Berapa premi yang dibayarkan produk mitra iqrar plus?

B. Pemasaran Mitra Iqra Plus

1. Bagaimana pemasaran yang diterapkan PT. AJS Bumiputera KPS Medan, dalam memasarkan produk Mitra Iqra Plus?
2. Bagaimana sistem pemasaran yang dilakukan PT. AJS Bumiputera KPS Medan?
3. Apakah perusahaan sudah menerapkan prinsi-prinsip pemasaran syariah dalam melakukan pemasaran produk Mitra Iqra Plus?
4. Bagaimana pelayanan yang diterapkan PT. AJS Bumiputera KPS Medan?
5. Apakah hubungan antara karyawan dan konsumen berjalan dengan baik?
6. Dalam penerapan pemasaran produk Mitra Iqra Plus, apakah ada tantangan yang di hadapi dalam prosesnya?
7. Bagaimana mitra iqrar plus dikatakan berlabelkan asuransi syariah ditinjau dari produknya?
8. Bagaimana PT. AJS Bumiputera KPS Medan menjaga kualitas produknya?
9. Bagaimana menurut bapak dalam menghadapi persaingan yang ketat?

Lampiran II



Nomor : 056/MDSS/KEU/RISET/IV/2021
Lampiran : -
Hal : Izin Mengadakan Riset

Medan, 21 April 2021

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan**

Sehubungan dengan surat Saudara nomor : B-3929/EB.I/KS.02/04/2021, tanggal 21 April 2021 perihal izin mengadakan riset.

Berkenaan dengan hal tersebut dengan ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa pada prinsipnya kami tidak keberatan mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

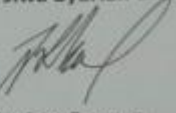
Nama : ATIKA ANDRIANI
NIM : 0505172034
Program Studi : Asuransi Syariah
Semester : VIII (DELAPAN)
Jenjang Studi : S-1

Melaksanakan riset pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul:

ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN ASURANSI PENDIDIKAN MITRA IQRA PLUS DALAM PERSPEKTIF ASURANSI SYARIAH (STUDI KASUS DI PT. ASURANSI JIWA SYARIAH BUMIPUTRA 1912 MEDAN)

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera



Robby Roy Irawan

Lampiran III Daftar Riwayat Hidup

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Atika Andriani
2. Nim : 0505172034
3. Tempat/Tanggal Lahir: Medan, 01 Oktober 1999
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat : Jl. Pasar 7 Tengah Gg. Flamboyan

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD : Muhammadiyah 07 berijazah tahun 2011
2. Tamatan SMP : Muhammadiyah 53 berijazah tahun 2014
3. Tamatan SMA : Taman Madya (Tamsis) berijazah tahun 2017

C. RIWAYAT ORGANISASI

1. Anggota Kelompok Study Asuransi (KSA) Periode 2019-2020