

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Asuransi mulanya dikenal di Eropa Barat pada abad pertengahan berupa asuransi kebakaran. Kemudian, pada abad ke-13 dan ke-14 terjadi peningkatan lalu lintas perhubungan laut antar pulau sehingga berkembang pula asuransi pengangkutan laut yang berasal dari Romawi. Jenis asuransi ini merupakan jenis asuransi kapitalis. Asuransi ini dibentuk untuk mendapatkan laba dan didasarkan atas perhitungan niaga. Asuransi jiwa baru dikenal pada awal abad ke-19. Asal-usul asuransi syariah berbeda dengan kemunculan asuransi konvensional seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Praktik bernuansa asuransi tumbuh dari budaya suku Arab pada zaman Nabi Muhammad saw yang disebut aqilah. Al-Aqilah mengandung pengertian saling memikul dan bertanggung jawab bagi keluarga. Dalam kasus terbunuhnya seorang anggota keluarga, ahli waris korban akan mendapatkan uang darah (diyathah) yang dibayarkan oleh anggota keluarga terdekat dari si pembunuh yang disebut aqilah. Aqilah mengumpulkan dana secara bergotong royong untuk membantu keluarga yang terlibat dalam perkara pembunuhan yang tidak sengaja itu.

Dalam satu kasus tentang aqilah ini, Nabi Muhammad saw pernah bersabda seperti yang diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra, yang artinya adalah sebagai berikut. Dari Abu Hurairah ra: “Berselisih dua orang wanita dari suku

Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu kepada wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang dikandungnya. Ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadukan peristiwa tersebut kepada Rasulullah saw maka Rasulullah memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin adalah dengan membebaskan seorang budak laki-laki atau wanita. Dan kompensasi atas kematian wanita tersebut dengan uang darah (diyat) yang dibayarkan oleh aqilah-nya (kerabat dari orang tua laki-laki).’ (HR Bukhari)

secara tidak sengaja mencelakai orang lain hingga meninggal dunia. Kemudian, keluarga orang tersebut mengumpulkan dana untuk digunakan sebagai kompensasi finansial kepada ahli waris korban sehingga masalah kecelakaan ini dianggap selesai antar keluarga. Prinsip aqilah memang didasarkan kepada kejadian tidak disengaja atau kekeliruan yang menyebabkan hilangnya nyawa seseorang sehingga yang lain (aqilah) menanggung beban kompensasi terhadap ahli waris

korban. Beban kompensasi tidak ditanggung oleh si pembuat kekeliruan.<sup>1</sup>

Asuransi syariah menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 tahun 2014 tentang peasuransian adalah kumpulan perjanjian, yang terdiri dari perjanjian antara asuransi syariah perusahaan dan pemegang polis serta kesepakatan antar pemegang polis dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah dalam rangka membantu dan melindungi satu sama lain. Asuransi Syari'ah sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Al-Ma'idah (Q.S 5:2). "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran dan bertaqwalah kamu kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah Amat berat siksanya".<sup>2</sup>

Dalam kehidupan sehari-hari yang di alami manusia tidak akan terlepas dari risiko, karena tidak seorangpun yang dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Risiko dimasa yang akan datang dapat terjadi terhadap kehidupan seseorang misalnya kematian, sakit atau risiko dipecah dari pekerjaannya. Setiap risiko yang

---

<sup>1</sup> Novita Puspitasari,2011,*Sejarah dan perkembangan asuransi islam serta perbedaannya dengan asumsi konvensional* , Vol X, No 1 , Hal: 36-37

<sup>2</sup> Ilham Akbar,2019 , *Tolong menolong dalam asuransi syariah perspektif Pancasila dan undang-undang 40 tahun2014 perasuransian* ,( Program doctor ilmu hukum universitas Muhammadiyah Surakarta ) Hal : 13-14

dihadapi harus di atasi sehingga tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi. Untuk mengurangi risiko yang tidak kita inginkan dimasa yang akan datang, seperti risiko kehilangan, risiko kebakaran, risiko macetnya pinjaman kredit bank atau risiko lainnya, maka diperlukan perusahaan yang mampu menanggung risiko tersebut. Salah satu usaha untuk mengantisipasi risiko adalah dengan mencari pihak lain yang bersedia untuk menanggung risiko tersebut, diantaranya adalah perusahaan asuransi syari'ah.

Indonesia merupakan mayoritas penduduk beragama Islam mempunyai kekhawatiran dengan lembaga keuangan. Asuransi dikatakan rawan terhadap hal-hal yang tidak sesuai dengan prinsip Islam. Dimana terdapat unsur riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan maisir (perjudian). Namun masyarakat Indonesia tidak perlu khawatir lagi karena saat ini asuransi jiwa maupun asuransi umum berbasis syariah sudah banyak terdapat di Indonesia. Industri asuransi syariah merupakan salah satu industri yang menjanjikan dimasa depan dan saat ini industri asuransi syariah sudah mengalami peningkatan. Asuransi syariah berperan sebagai pengelola dana masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Dalam perkembangannya, asuransi syariah menghadapi beberapa masalah, seperti banyaknya pesaing dan semua perusahaan asuransi syariah dan bank syariah yang menyediakan produk asuransi, produk asuransi syariah yang belum bervariasi dan masyarakat muslim sendiri belum mengetahui apa itu asuransi syariah dan belum menyadari bahwa asuransi syariah itu sebagai suatu kebutuhan, sementara itu mayoritas agama penduduk Indonesia adalah muslim. Hal ini sudah menjadi sebuah pekerjaan rumah dan ini tantangan yang harus dihadapi dan dipecahkan bagi industri asuransi. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan asuransi syariah agar lebih dikenal dengan masyarakat adalah dengan melakukan promosi dan sosialisasi mengenai produk asuransi syariah sehingga dapat menarik perhatian masyarakat. Hal ini dalam usaha meningkatkan pendapatan premi pada perusahaan asuransi syariah.<sup>3</sup>

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara

---

<sup>3</sup> Dian Dwi Lestari, Hendrawati, "*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Cadangan Dana Tabarru' Pada Asuransi Syariah Di Indonesia Periode 2016-2019*", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta, Hal : 2

efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan

Keinginan (*wants*) digambarkan dalam bentuk obyek yang akan memuaskan kebutuhan mereka atau dengan kata lain keinginan adalah hasrat akan penawar kebutuhan yang spesifik. Masyarakat yang semakin berkembang, keinginannya juga semakin luas, akan tetapi terdapat keterbatasan dana, waktu, tenaga dan ruang, sehingga tidak semua keinginan yang ada disertai dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan yang disertai dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya disebut dengan permintaan (*demands*).<sup>4</sup>

Dalam dunia marketing, *sales skill* tidak bisa dipisahkan satu sama lain, sales dituntut untuk bisa mengembangkan penjualan dengan target yang ditentukan. Diawal pekerjaan mungkin hanya akan mengandalkan pengalaman pribadi saja, namun ada peran beberapa orang yang akan membantu memasarkan produk. Maka tidak ada salahnya memberikan tips untuk karyawan agar mampu mengembangkan sales skill yang dimiliki. Tips untuk mengembangkan sales skill ini sangat krusial untuk marketer yang menginginkan

---

<sup>4</sup> Dr. Budi Rahayu Tanama Putri, S.Pt., M., “*Manajemen Pemasaran*” , (Denpasar : Dosen Kewirausahaan Dan Gribisnis Di Fakultas Perternakan Universitas Udayana) 2017

penjualan sesuai target. Kemampuan menjual setiap orang tidak akan sama sehingga butuh skill yang harus diasah. Untuk seorang marketer, tentu wajib meningkatkan kemampuan dalam meningkatkan pemasaran produk.

Seorang yang menjual atau agen yang bertugas memasarkan produk dan bertujuan untuk meningkatkan keuntungan dan kemajuan suatu lembaga atau perusahaan haruslah menguasai bagaimana cara menarik calon pembeli produk tersebut. Dalam asuransi seorang pegawai atau agen yang bertugas memasarkan 6 produk untuk menarik calon pembeli produk harus memahami dan menerapkan siklus penjualan yang baik dan benar atau bisa disebut *cycle selling skill*. *Cycle selling skill* terbagi menjadi beberapa poin penting yaitu: *Planning* (perencanaan), *Prospecting* (bank data), *Aproaching* (pendekatan), *Fact Finding* (cari data), *Handing Objecting* (keberatan), *Presentase* (menjelaskan Ilustrasi), *Closing* (penutup) dan *After Selling Service* (pelayanan purna jual).

Dalam pelaksanaan aktivitas pemasaran, suatu perusahaan seorang harus mampu memiliki cara-cara yang tepat untuk memasarkan produk. Pemasaran yang baik memerlukan keterampilan, keahlian, dan seni untuk mengambil 2 keputusan mengenai strategi pemasaran yang diperlukan. Membicarakan komunikasi dalam pemasaran berarti

membicarakan bagaimana pengaruh komunikasi dalam pemasaran dan bagaimana relevansi keduanya. Dengan penggunaan komunikasi yang baik akan mempermudah pelaksanaan pemasaran. Penerapan strategi Personal selling pada jalur pemasaran, akan membantu pemasar dalam menarik minat calon konsumen dan mempertahankan calon konsumen yang berimbas pada peningkatan penjualan dan juga penciptaan citra yang baik bagi perusahaan.

Dari sekian banyak orang yang telah ditemui tenaga penjual tidak semua tertarik pada produk tersebut bisa saja calon pembeli tersebut merasa keberatan karena produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang didapat atau seorang calon nasabah ingin membeli produk tetapi terkendala biaya. Tenaga penjual harus bisa mempresentasikan secara profesional dan dengan bahasa yang mudah difahami calon nasabah menjelaskan produk sesuai apa yang ditawarkan misalnya produk dana pendidikan dan harus bisa menjawab semua pertanyaan apabila ada pertanyaan yang diajukan. Setelah calon pembeli produk yakin dan memutuskan untuk membeli produk, maka tenaga penjual harus meyakinkan bahwa yang dipilih tepat dan sesuai kebutuhan maka agen harus melakukan penutupan (*closing*) dengan sopan. Setelah calon pembeli tadi resmi membeli produk yang telah ditawarkan maka harus ada pelayanan setelah penjualan produk apabila



pembeli produk tersebut mengalami problem dalam produk yang telah dipilih.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ditulis dapat didefinisikan masalah sebagai berikut : Masih adanya masalah produk asuransi yang ditawarkan oleh tenaga penjual kepada konsumen tidak sesuai dengan manfaat yang didapat.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas di latar belakang, dan mengingat luasnya pembahasannya yang di teliti, maka peneliti hanya pada “Analisis Sistem *Cycle Selling Skill* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah Pada Perusahaan (PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang ) “ Yakni terkait suatu sistem Penjualan produk asuransi syariah dengan sistem *Cycle Selling Skill*.

## **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Cara *Cycle Selling Skill* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah di Perusahaan Asuransi Bumiputera Cabang Serang ?

2. Bagaimana Penerapan Strategi Pemasaran *Cycle selling skill* pada perusahaan Asuransi Bumiputera Cabang Serang ?

#### **E. Tujuan Masalah**

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem *cycle selling skill* dalam meningkatkan penjualan produk asuransi syariah.
2. Untuk mengetahui Sistem penerapan strategi pemasaran *Cycle Selling Skill* (PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang)

#### **F. Signifikasi Penelitian**

##### 1) Bagi Akademisi

- a. Sebagai aset pustaka yang dapat diharapkan oleh seluruh akademisi, baik dosen maupun mahasiswa dalam memberikan informasi pengetahuan yang berharga mengenai “Analisis Sistem *Cycle Selling Skill* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah Pada Perusahaan (PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang).
- b. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program S1 jurusan asuransi syariah dan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

## 2) Bagi Peneliti

Menambah dan memperluas wawasan atau ilmu pengetahuan syariah khususnya tentang mengenai Analisis Sistem *Cycle Selling Skill* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Asuransi Syariah Pada Perusahaan (PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang) dan menjadi sumber referensi bagi penelitian yang dijadikan bahan perbandingan dari penelitian yang telah ada.

## G. Penelitian Terdahulu

1. Veraniecha (2020), Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah BumiPutera Kantor Pemasaran Syariah (KPS) Medan) , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan : Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek agen dalam meningkatkan penjualan polis dan strategi penjualan polis yang dilakukan oleh agen. Hasil penelitian yakni: Dalam meningkatkan nasabah , seorang agen berperan memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum mengetahui ataupun menggunakan jasa asuransi syariah melalui sosialisasi langsung. Agen asuransi syariah juga berperan dalam

mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dalam persaingan bisnis asuransi di Indonesia. Dengan demikian agen berperan dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di AJB Bumiputera 1912 Syariah Kantor Medan. Dari hasil analisis pertumbuhan premi AJS Bumiputera 1912 Syariah Kantor Medan yaitu bersifat fluktuatif, artinya pertumbuhan premi asuransi tidak tetap, mengalami penurunan dan peningkatan tiap tahunnya.<sup>5</sup>

2. Nimas Ayu Putri Fabiola (2019)<sup>6</sup>, Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Pada Produk Syariah Pembiayaan Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi (Studi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung), Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Hasil Penelitian Yakni : Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung telah menerapkan dengan baik strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan polis pada produk

---

<sup>5</sup> Veranicha, "Analisa Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah ( Study Kasus Pada PT. Asuransi jiwa Syariah Bumiputera Kantor Pemasaran Syariah (KPS) Medan ) (Skripsi : , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2020)

<sup>6</sup> Nimas Ayu Putri Fabiola. "Analisis Strategi Pemasaran Personal Selling Pada Produk Syariah Pembiayaan Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi (Studi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung) (Skripsi: Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung , 2019)

syariah pembiayaan dengan menggunakan alat yang biasa di kenal 4 P yaitu : Product, Price, Place, dan Promosi, sedangkan metode promosi yang di gunakan adalah personal selling, dengan menggunakan beberapa indikator yaitu Approach (Pendekatan), Presentation (Persentasi), Handling Objection (Penangan Keberatan), Closing (menutup penjualan). Keberhasilan tingkat penjualan polis PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung signifikan meningkat. Setiap tahunnya menunjukkan adanya peningkatan yang relative tinggi dengan peningkatan dari tahun 2014 sampai 2018 yang cukup signifikan. Dengan menggunakan strategi pemasaran khususnya personal selling mampu memberikan dampak yang baik dan berperan penting dalam hal meningkatkan jumlah polis asuransi syariah pembiayaan, dan mampu bersaing secara sehat, tidak pernah memberikan informasi yang menjatuhkan pesaing serta telah menerapkan prinsip bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW yaitu dengan bersikap baik, cerdas, komunikatif, transparan, rendah hati dan berperilaku jujur serta dapat dipercaya.

3. Putri Shintya Ingriani (2020), Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi

Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang).<sup>7</sup> Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Banten , Hasil Penelitian Yakni : Hasil dari penelitian yang penulis teliti bahwa dalam perusahaan asuransi syariah sistem keagenan memiliki peranan yang sangat penting. Tanpa agen perusahaan tidak akan berjalan maka dari itu agen harus dapat meningkatkan penjualan polis asuransi syariah. Dengan meningkatkan penjualan polis asuransi syariah agen perlu meningkatkan kinerja yang mesti dibangun dengan cara melatih diri untuk berkomunikasi yang baik dengan pemegang polis, bersikap adil dan jujur, mampu meningkatkan kepercayaan diri dalam menjual produk, karena keberhasilan perusahaan dan fungsi marketing tergantung pada tingkat tertentu atau pada performance dari para agen-agenya. Dalam meningkatkan nasabah seorang agen berperan memperluas pasar. Perusahaan memasarkan produknya melalui brosur, blog, media sosial, seperti Facebook, Instagram, dll. Adapun masyarakat yang kurang memahami media sosial perusahaan menyediakan pelayanan secara langsung. Agen

---

<sup>7</sup> Putri Shintya Ingriani, " Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang) (Skripsi : Jurusan Asuransi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Banten,2020)

asuransi syariah juga berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dalam persaingan bisnis asuransi di Indonesia. Dengan demikian agen berperan dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang

## **H. Kerangka Pemikiran**

Pemasaran asuransi diselenggarakan melalui representatives perusahaan asuransi yang dikenal sebagai agen. Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik. Karena pada dasarnya bisnis asuransi diselenggarakan melalui agen-agen. Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis seorang agen harus mampu menjaga kepercayaan. Agenlah yang berperan dalam memberikan pelayanan dalam memasarkan produk asuransi syariah. Dimana seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan polis asuransi syariah dalam suatu perusahaan. Dari perolehan data tingkat produktivitas agen terhadap penjualan polis asuransi syariah fluktuatif .yang berarti naik turun hal ini dapat dilihat data dari tahun 2016-2018 yaitu pada tahun 2016 tingkat produktivitas agen mencapai Rp. 67.578.450, tahun 2017

mencapai Rp. 74.885.576, dan tahun 2018 mencapai Rp. 86.689.704. 5 Agen sangat berpengaruh dalam bisnis asuransi. Salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dengan konsumen adalah pelayanan yang dilakukan oleh agen selaku dari bagian dari sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung pada masyarakat atau konsumen<sup>8</sup>.

Oleh karena itu, agen yang berkualitas mempunyai peranan penting di dalam perusahaan asuransi syariah, tanpa agen yang berkualitas dan produktif kegiatan dalam asuransi syariah tidak mungkin berjalan dengan baik. Kinerja agen merupakan akumulasi hasil yang diperoleh agen baik secara individu maupun dalam perusahaan.

Selling itu aktivitas atau tujuan awal dari sebuah marketing strategi, setelah itu branding equaity yang kuat. Sebelum berkembang teori marketing, *selling is a strategy concept*, yang diutamakan untuk menembus pasar dengan mengandalkan satu kekuatan *promotion mix (Integrated Marketing Comminication)* yaitu personal selling (*salesman*). Untuk mengawali sebuah bisnis, seorang entrepreneur

---

<sup>8</sup> Veranicha, "Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah", ( Skripsi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara) 2020



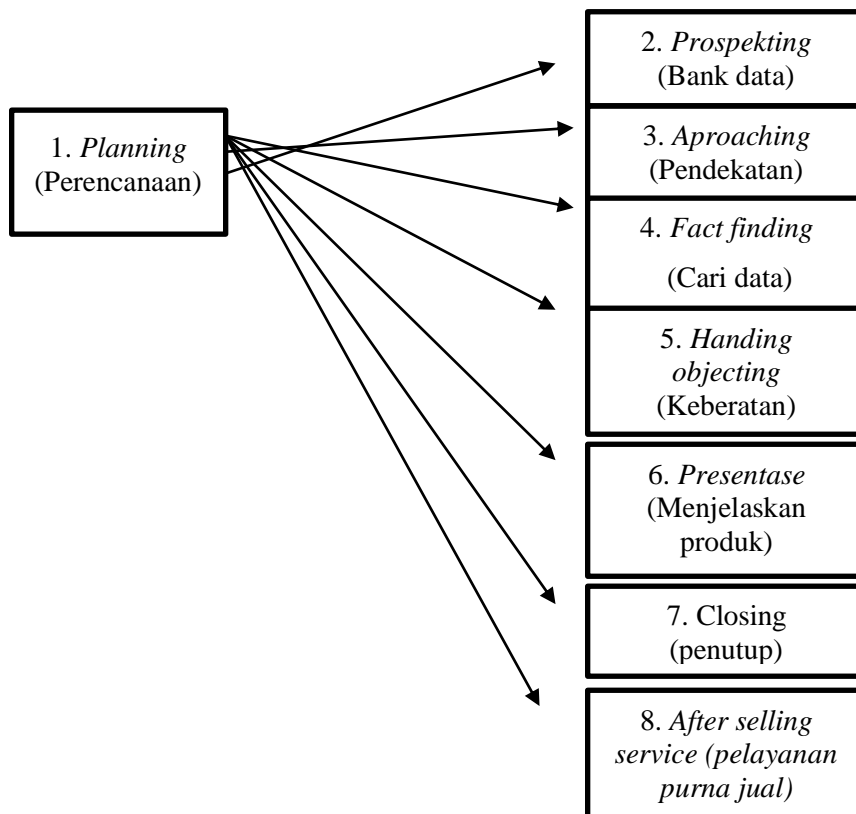
perlu membuat marketing strategi untuk “*software*”-nya, namun kekuatan modal atau budget-lah yang akan menentukan strategi komunikasi yang ingin Anda ambil. Sebagai contoh:

- a) Modal terbatas – entrepreneur menjadi penjual (*personal seller*)
- b) Modal ada, namun sedikit (bisa merekrut 1 orang) – *entrepreneur* sebagai leader dan manager, lalu merekrut 1 orang sebagai seller untuk komunikasinya.
- c) Modal cukup ada – entrepreneur sebagai leader dan controller, lalu merekrut operasional dan seller. Ia juga harus membentuk struktur organisasi dengan orang yang jabatannya lengkap.<sup>9</sup>

"Perjanjian antara penanggung dan tertanggung, yang mewajibkan tertanggung membayar sejumlah premi untuk memberikan penggantian atas risiko kerugian, kerusakan, kematian, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita karena suatu peristiwa yang tidak terduga (*insurance*)."

---

<sup>9</sup> Riyanti Isaskar, SP, M.Si , “ *Selling Skill*” , (Brawijaya University : Rancangan Usaha Agribisnis) 2012



**Gambar 1.1**  
**Kerangka Berpikir**

## **I. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan di kancah atau medan terjadinya gejala-gejala. Penelitian lapangan ini pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara spesifik dan realistis

tentang apa yang sedang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat.

## 2. Sifat Penelitian

Penelitian kualitatif dapat dipahami sebagai metode penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati.<sup>10</sup>

## 3. Pengumpulan Data

### a. Wawancara

Menurut *True* (1983) dalam buku *Wawancara* yang dikutip oleh Dr.R.A Fadhallah,S,Psi., M.Si adalah percakapan antara dua orang mengenai suatu subjek yang spesifik. Sebuah proses komunikasi interaksional dengan tujuan yang telah ditetapkan , untuk mendalami tema tertentu melalui deretan pertanyaan.<sup>11</sup>

### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak langsung diujukan pada subjek peneliti, namun melalui dokumen. Dokumen yang digunakan dapat berupa buku harian,

---

<sup>10</sup> <https://www.gramedia.com/literasi/penelitian-kualitatif/> , Diakses Pada Tanggal 18 Oktober / Pada pukul 12:50

<sup>11</sup> Dr.R.A Fadhallah,S,Psi., M.Si , “*Wawancara* “ (Jakarta Timur : UNJ Press) 2020 ,Cet 1 Januari 2020

surat pribadi, laporan notulen, catatan dalam kegiatan sosial dan dokumentasi lainnya.

#### 4. Sumber Data

Data yang telah terkumpul kemudian diolah, pengolahan data dilakukan dengan cara :

##### a. Penandaan Data (*coding*)

Penandaan data (*coding*) yaitu memberikan catatan atau tanda yang menyatakan jenis sumber data (literatur atau dokumen); pemegang hak cipta (nama penulis, tahun terbit) atau urutan rumusan masalah (masalah pertama tanda A masalah kedua tanda B dan seterusnya).<sup>12</sup>

##### b. Sistematisasi Data (*Systematizing*)

Sistematisasi data yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasan urutan masalah. Dalam hal ini penulis mengelompokkan data secara sistematis dari yang sudah di edit diberi tanda menurut klarifikasi urutan masalah.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Age Surya Dwipa Chandra , “*Pemikiran Qasimamin Tentang Perkembangan Hukum Perkawinan Dalam Islam* “ (Studi Kitab Tahrir Al-Mar’ah) ,( Skripsi : Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung) 2018

<sup>13</sup> Yuni Marlia Indah, “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Tradisi Hanyut Daging Dalam Pernikahan (Studi Kasus Desa Kedondong, Kec. Kedondong Kab. Pesawaran)*” (Skripsi: Fakultas Syariah Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung) 2022

## 5. Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan kajian penelitian, yaitu Analisa sistem *cycle selling skill* yang akan dikaji dengan menggunakan metode kualitatif dengan pola pikir deduktif dan induktif. Metode kualitatif yaitu metode data yang terkumpul diuraikan dan dianalisa berdasarkan teori yang dipakai atau digunakan. Dalam uraian ini, penulis menggunakan pola pikir deduktif dan induktif.

- a. Pola pikir deduktif yaitu adalah cara berpikir yang di tangkap atau di ambil dari pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. Penarikan kesimpulan secara deduktif biasanya mempergunakan pola berpikir yang dinamakan silogismus.<sup>14</sup>
- b. Pola pikir induktif yaitu cara berfikir berangkat dari fakta-fakta, peristiwa yang konkrit, kemudian dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit tersebut ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.

---

<sup>14</sup><https://hasanaguero.wordpress.com/2012/05/14/berpikir-induktif-dan-deduktif/>

## **J. Sistematika Pembahasan**

BAB I PENDAHULUAN : Pada bab ini memberikan penjelasan mengenai latar belakang masalah, indentifikasi masalah, Batasan masalah rumusan masalah , tujuan masalah, signifikasi penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTKA : Di dalam bab ini membahas tentang kajian teoritis yang meliputi teori-teori yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III PROFIL PERUSAHAAN : Bab ini membahas tentang profil perusahaan.

BAB IV HASIL PENELITIAN : Bab ini berisi tentang uraian serta penjelasan mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V PENUTUP : Pada bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran dari hasil pembahasan yang di harapkan bermanfaat sebagai referensi , informasi maupun ilmu pengetahuan.