

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis asuransi yang sering terdengar sebagai upaya untuk mendapatkan jaminan atas sebuah risiko yang terjadi. Umumnya bagi masyarakat Indonesia, asuransi masih dianggap sebagai sesuatu yang belum merupakan kebutuhan dalam perencanaan atau antisipasi terhadap risiko, baik risiko tinggi maupun risiko rendah. Karna itu, niat berasuransi pun belum tumbuh subur, kecuali jika memang sering terjadi hal-hal yang merugikan, seperti kehilangan kendaraan bermotor sehingga orang pun ramai mengasuransikan kendaraan tersebut.¹

Harapan adanya asuransi atau penjaminan perusahaan terhadap para karyawannya. Seorang karyawan atau pekerja profesional umumnya memandang sebuah perusahaan sangat *credible* atau *bonafide* apabila mampu meberikan jaminan atau asuransi kepada karyawannya. Dalam hal ini, biasanya yang diharapkan adalah adanya asuransi kesehatan yang mencakup karyawan beserta keluarganya (anak dan istri). Perusahaan juga menetapkan asuransi sebagai sebuah fasilitas khusus untuk karyawannya yang loyal maupun berprestasi. Alih-alih sebagi jaminan, manfaat asuransi pun digunakan untuk peningkatan brand image sebuah perusahaan di mata stakeholder nya, termasuk para karyawan.

¹ Didin hafidhuddin, *Solusi Berasuransi Lebih Indah Dengan Syariah*, (Pt Salamdani Pustaka Semesta, 2009),h.2.

Formulasi asuransi syariah ini mempunyai pengertian asuransi secara umum. Kata asuransi dari bahasa inggris, *insurance*. Insurance mempunyai pengertian: asuransi dan jaminan. Akan lebih jelas bila dihubungkan dengan pasal 246 kitab undang-undang Hukum Dagang (KUHD) yang menjelaskan bahwa asuransi adalah "suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung dengan suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tentu." Kata asuransi pada awalnya dikenal di Eropa Barat pada abad pertengahan berupa asuransi kebakaran. Lalu pada abad ke 13-14, seiring dengan meningkatnya lalu lintas perhubungan laut antarpulau, maka berkembang menjadi asuransi pengangkutan laut. Asuransi jiwa dikenal dari awal abad ke-19. Kodifikasi hukum yang dibuat oleh Napoleon Bonaparte berkenaan beberapa pasal yang memuat asuransi dalam KHUD. Kodifikasi ini kemudian mempengaruhi KUHD Belanda, yang sebagian hingga sekarang masih dipakai di Indonesia. Bentuk asuransi yang sangat beragam. Seperti asuransi kecelakaan, asuransi kerusakan, asuransi kesehatan, asuransi pendidikan, asuransi kredit, bahkan juga asuransi organ tubuh (kaki pada pemain bola, suara pada penyanyi, dan sebagainya).²

Selain perbankan syariah, juga muncul pertanyaan, bagaimana dengan asuransi ? masyarakat islam saat sekarang sangat membutuhkan asuransi untuk melindungi harta dan keluarga mereka akibat musibah. Sebuah keluarga yang hanya

² Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.3

mengandalkan pemasukan dari kepada keluarga, tentu akan sangat terganggu kondisi keuangannya bila terjadi suatu musibah yang menimpanya. Anak dan istri yang ditinggalkan belum tentu dapat memenuhi sendiri kebutuhan hidupnya; sementara amil zakat belum bisa secara optimal dan menyeluruh berperan sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalahnya. Selain risiko musibah terhadap jiwa, asuransi juga dibutuhkan oleh sektor usaha. Usaha yang sudah maju dan menguntungkan mungkin bisa bangkrut dalam seketika bila terjadi kebakaran melanda tempat usahanya. Karena keluarga yang terlantar ditinggal oleh pemberi nafkah, dan usaha yang bangkrut karna kebakaran sebenarnya tak perlu terjadi kalau ada perlindungan dari asuransi. Asuransi memang tidak dapat mencegah musibah, tetapi setidaknya dapat menanggulangi akibat terjadinya musibah tersebut. Karna bagaimana warga masyarakat islam dapat menggunkan asuransi kalau ternyata produk asuransi ada yang mengandung unsur ketidak halalan? Masalah maksud, dapat diatasi melalui asuransi syariah datu asuransi konvensional yang membuka cabang khusus syariah.

Asuransi tersebut diistilahkan sebagai orang yang bekerja sama dan membantu orang lain yang sedang kesusahan. Sebagai mana yang di perintahkan Allah SWT. Dalam al qur'an dan hadis rosullah SAW. sebagai berikut: hal ini dijelaskan dalam surat Al-Maidah ayat 2

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

Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolonglah dalam berbuat dosa pelanggaran.

Dan bertakwalah kamu kepada Allah. Sesungguhnya siksa Allah sangat pedih.

Falsafah asuransi islam adalah penghayatan terhadap semangat saling bertanggung jawab, kerja sama dan perlindungan dalam kegiatan-kegiatan masyarakat, demi tercapainya kesejahteraan umat dan masyarakat umumnya. Sebagai makhluk yang lemah, manusia harus senantiasa sadar bahwa keberadaannya tidak mampu hidup sendiri tanpa bantuan orang lain atau sesamanya.³ Walau asuransi syariah takaful belum terlalu banyak dikenal seperti halnya bank syariah, jumlah perusahaan asuransi syariah tidak kalah banyak dengan bank syariah. Pertumbuhan asuransi syariah beberapa tahun lalu sudah ada 3 (tiga) perusahaan asuransi murni syariah dan sekitar 10 (sepuluh) perusahaan asuransi konvensional yang mempunyai yang mempunyai cabang khusus syariah. Berikut ini diungkapkan daftar perusahaan asuransi syariah takaful dan perusahaan asuransi konvensional yang mempunyai cabang khusus syariah.⁴

Konsep dasar perasuransian islam di Indonesia, tidak terlepas dari perilaku umat islam dalam memandang kelembagaan-kelembagaan yang ada untuk kegiatan muamalahnya. Dari pengamatan terhadap perkembangan industri asuransi di Indonesia, tampak bahwa baik pertumbuhan industri ini maupun rasio pemegang polis asuransi dibandingkan jumlah penduduk Indonesia masih jauh dibawah

³ Wirdyaningsih, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), h.184.

⁴ Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.13.

kemajuan yang dicapai negara lain.⁵Tujuan asuransi pada dasarnya adalah mengalihkan risiko yang ditimbulkan oleh peristiwa-peristiwa yang tidak diharapkan kepada orang lain yang bersedia mengambil risiko dengan mengganti kerugian yang dideritanya. Pihak yang bersedia menerima risiko disebut penanggung (*insurer*). Pihak asuransi melakukan hal itu tentu bukanlah semata-mata demi kemanusiaan saja atau alasan sosial lainnya yang memang tidak pernah ada, tetapi karnanya melihat dalam usaha ini terdapat celah mengambil keuntungan. Perusahaan asuransi sebagai pihak penanggung dapat menilai besar atau kecil suatu risiko pada pihak tetanggung bila terjadi atau yang menimpa seseorang. Berdasarkan besar kecilnya risiko yang dihadapi oleh penanggung dan beberapa besar perusahaan asuransi dapat menghitung besarnya penggantian kerugian.

Perusahan-perusahan dengan kualitas yang tinggi memiliki biaya yang kurang lebih sama dengan kompetitor utamanya. Hal yang dapat terjadi karna peningkatan kualitas melibatkan peningkatan investasi dalam teknologi, riset pemasaran, pelatihan karyawan, pengukuran performa, sistem reward. Oleh karena nilai yang tercipta harus selalu dikelola terus-menerus, tidak hanya saat melakukan pendekatan kepada pelanggan dan saat transaksi, tetapi juga setelah terjadi transaksi. Layanan yang dimulai pada tahap awal adalah layanan yang ditunjukan untuk membangun hubungan dengan pelanggan. Namun, layanan yang diberikan setelah transaksi

⁵ Wirdyaningsih, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), h.175.

merupakan layanan yang akan diingat oleh pelanggan mengenai perusahaan dan produk.

Pelanggan yang selalu mengingat hal-hal positif mengenai layanan perusahaan, cenderung akan memberikan referal dan menghasilkan *word of mouth* positif mengenai perusahaan kepada pelanggan lain. Secara langsung hal yang mendorong pelanggan untuk turut menggunakan produk perusahaan. Layanan dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan. Pada umumnya pemimpin perusahaan secara fundamental mepercayai bahwa kualitas yang tinggi akan memberikan pendapatan yang tinggi. Tetapi banyak pemimpin tersebut yang belum mempercayai bahwa investasi untuk mengembangkan layanan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Ada kemungkinan para pemimpin tersebut benar. Investasi untuk mengembangkan layanan mungkin tidak akan memberikan keuntungan. Sebaliknya, banyak uang yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya untuk peningkatan layanan. Sudah umum bagi perusahaan menghamburkan uang demi mencapai layanan yang berkualitas, mulai dari meningkatkan fitur-fitur layanan mahal yang tidak penting bagi konsumen sampai mengeluarkan biaya pelatihan secara tidak bijak.⁶

Hubungan yang positif antara kualitas yang dirasakan dan profitabilitas didokumentasikan secara empiris. Data yang besar dari program *Profit Impact Of Market Strategy* (PIMS) menunjukkan bahwa hubungan yang tidak seecara tegas berkaitan. Dalam *The Principle*, Buzzell dan gale menunjukkan secara jelas bahwa,

⁶ Hermawan Kartajaya, *service Operation*, (Mim Academi Coursebook, Erlangga Grup, 2009) h.3

untuk jangka panjang, faktor tunggal terpenting yang mempengaruhi performa unit-unit bisnis adalah kualitas dari produksi dan layanan. Sebuah kualitas akan meningkatkan performa dalam dua cara: pertama, dalam jangka pendek, kualitas yang superior akan meningkatkan keuntungan melalui harga yang mahal. Sebagai contoh, konsumen rela untuk mengeluarkan biaya lebih mahal untuk produk dengan kualitas yang superior.⁷

Selain inovasi dalam saluran distribusi, pertumbuhan asuransi jiwa diyakini juga karena inovasi produk yang ditawarkan kepada nasabah. Saat produk asuransi jiwa bersifat sangat fleksibel sehingga dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Jika asuransi jiwa hanya menawarkan produk-produk asuransi tradisional yang meliputi asuransi kematian (*term insurance*), Kecelakaan, dan kesehatan, maka saat perusahaan asuransi jiwa justru sedang mengalami booming produk asuransi non tradisional yang dikenal dengan produk unit link. Pada tahun 2006 produk asuransi didominasi oleh produk asuransi tradisional yang mencapai 74,4%. Komposisi ini semakin bergeser yang ditunjukkan dengan kontribusi produk unit link terhadap pendapatan premi pada agustus 2007 yang mencapai 33,3% dan diperkirakan akan semakin bertambah di tahun-tahun mendatang. Dari total 22 perusahaan asuransi jiwa yang bermain di unit link, *market share* unit link yang dikuasai oleh 3 perusahaan besar seperti prudential Indonesia, Siapa yang tidak kenal dengan perusahaan Asuransi yang satu ini. Perusahaan tersebut sering menawarkan Asuransi di banyak media iklan di Indonesia baik melalui media televisi maupun koran. Perusahaan yang

⁷ Hermawan Kartajaya, *service Operation*, (Jakarta, Erlangga Grup, 2009) h.3

berdiri sejak tahun 1995 (PT Prudential Life Assurance) berpusat di london Negara Inggris. allianz Life Indonesia, Perusahaan tersebut berdiri di Indonesia sejak tahun 1981 yang merupakan salah satu cabang dari Allianz SE Jerman, perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan asuransi terbesar di Dunia. Asuransi Allianz fokus terhadap beberapa jenis asuransi yakni asuransi jiwa, kesehatan, *employee benefit*, dan dana pensiun. dan Axa Mandiri Financial, Salah stu perusahaan yang dimiliki oleh salah satu bank indonesia yaitu Bank Mandiri dan AXA Group. Bumiputera 1912, Salah satu Perusahaan Asuransi yang paling tua di Indonesia tersebut berdiri sejak tahun 1912 dan salah satu perusahaan yang asuransi yang berprinsip pada mutual share yang dimaksud dengan " Mutual Share" adalah setiap pemegang polis dalam pemilik perusahaan.

Unit link merupakan produk yang memberikan dua keuntungan bagi nasabah, yaitu proteksi dan investasi sekaligus. Dibandingkan dengan produk tradisional, capital constraint dalam menjual produk unit link lebih rendah. Jika dulu asuransi tradisional hanya mengincar segmen nasabah menengah ke atas, maka keberadaan unit link bisa diterima oleh masyarakat dengan segmen manapun karena besaran setoran minimal perbulan yang relatif rendah. Selanjutnya keadaan *market share unit link*. Di samping itu, berkembang produk asuransi jiwa berbasis syariah. Asuransi jiwa syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya perusahaan asuransi syariah, yaitu PT Asuransi Jiwa Takaful keluarga pada tahun 1994. Hingga november 2006, terdapat 2 perusahaan asuransi umum syariah dan 11 perusahaan asuransi jiwa yang membuka unit syariah.

Para pengusaha yang terlibat di bidang asuransi yang melakukan manajer pesaing mengenai perusahaan dan industri yang mereka akan sangat membantu dalam menggambarkan pergerakan yang akan dipertimbangkan dan dilakukan oleh pesaing. Misalnya jika dimasa lalu mengenal kan produk asuransi konvensional dan sekarang mengenalkan produk baru asuransi syariah dan akhirnya banyak sekali perusahaan asuransi syariah yang menciptakan produk asuransi syariah tersebut. Produk pendatang baru mungkin mempunyai kesempatan untuk memperkenalkan suatu produk yang sama dengan sebelumnya, tanpa manuver kuat dari pesaing sebab para pejabat perusahaan tidak mempertimbangkan ancaman tersebut sebagai sesuatu yang serius.

Berdasarkan perolehan premi netto nya, pada 2006 penetrasi asuransi syariah di Indonesia berada pada kisaran Rp. 282,09 milyar atau sekitar 1 persen dibandingkan asuransi konvensional. Angka ini jauh dibawah asuransi Malaysia, dimana sekitar 20 persen dan premi asuransi jiwa berasal dan asuransi syariah. Jumlah pemegang polis asuransi jiwa syariah juga hanya 11% dan total pemegang polis asuransi jiwa. Dan beberapa asuransi jiwa yang memiliki unit syariah adalah PT Asuransi Allianz Life, PT manulife Indonesia dan PT Prudential Indonesia dengan produk andalan berupa unit link syariah. Dengan tingkat pertumbuhan asuransi syariah selama 5 tahun terakhir mencapai 40% jauh diatas asuransi konvensional

sebesar 23%, pada tahun 2008 mendatang *market share* asuransi syariah diperkirakan mampu mencapai 10% dan pasar asuransi konvensional.⁸

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul, “*Pengaruh Pelayanan Pegawai Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah*” (Studi Kasus di AJB BumiPutera 1912 Syariah Kantor Cabang Syariah Serang).

B. Pembatasan Masalah

Masalah yang diteliti dibatasi hanya penelitian mengenai data perusahaan selama 4 tahun dan koesioner dari nasabah maka penulis memberikan masalah yaitu mencakup tentang Pelayanan Pegawai terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah di AJB BumiPutera 1912 syariah Kantor Cabang Syariah Serang.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh Pelayanan Pegawai terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah di AJB BumiPutra 1912 Syariah Kantor Cabang Syariah Serang?
2. Berapa besar pengaruh Pelayanan Pegawai terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah di AJB BumiPutra 1912 Syariah Kantor Cabang Syariah Serang ?

⁸ Muchamad arifinal, *Hukum Asuransi*, (tim Dinas Propinsi Banten, 2011), h.141.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan Pegawai terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah di AJB BumiPutra 1912 Syariah Kantor Cabang Syariah Serang.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh Pelayanan Pegawai terhadap Peningkatan Penjualan Produk Asuransi Syariah di AJB BumiPutra 1912 Syariah Kantor Cabang Syariah Serang.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

1. Bagi penulis untuk mengimplementasikan antara ilmu yang diperoleh selama kuliah pada program S1 Jurusan Ekonomi Islam, serta dapat mengungkapkan pendapat dan pandangan penulis mengenai permasalahan yang sedang dibahas.
2. Bagi akademis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan berkaitan dengan pelayanan yang baik akan menimbulkan meningkatnya produk perusahaan tersebut serta bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan perusahaan.
3. Bagi pihak lain hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi perusahaan yang menghadapi masalah serupa.

4. Bagi masyarakat untuk menambah perpustakaan dibidang asuransi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan bacaan yang berisi suatu perbandingan yang bersifat karya ilmiah untuk menambah wawasan khususnya tentang asuransi.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Fred Luthans yang dikutip dalam bukunya Moenir (1995:16) pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuannya⁹

Menurut Hermawan Kartajaya penjualan diartikan sebagai taktik yang memiliki tujuan dan landasan teknis dalam menciptakan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan dan dibina secara jangka panjang. Pelanggan adalah semua pengguna barang atau jasa, baik itu pelanggan yang sudah menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang memiliki potensi menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang belum menggunakan dan belum memiliki pontensi menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang belum menggunakan dan belum memiliki potensi menggunakan barang atau jasa.¹⁰

Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan produk sebagai berikut : *product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need.*(segala sesuatu yang dapat ditawarkan

⁹ Hermawan Kartajaya, *service Operation*, (Jakarta: Erlangga Grup, 2009), h.3.

¹⁰ Hermawan Kartajaya, *Markplus Basics* (Jakarta: Erlangga Grup, 2009),h.100

kepada market untuk perhatian penggunaan akuisisi atau konsumsi yang mungkin memenuhi yang di inginkan atau kebutuhan)¹¹.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No.21/DSN-MUI/X/20001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.: Bahwa dalam menyongsong masa depan dan upaya mengantisipasi kemungkinan terjadinya risiko dalam kehidupan ekonomi yang akan dihadapi, perlu dipersiapkan sejumlah dana tertentu sejak dini.¹²

Dewan Syariah Nasional pada tahun 2001 telah mengeluarkan fatwa mengenai asuransi syariah. Dalam Fatwa DSN No. 21/DSN-MUI/X/2001 Bagian permata mengenai ketentuan umum angka 1, disebutkan pengertian asuransi syariah (*ta'min, takaful* atau *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.¹³

Ahli fiqih kontemporer wahbah az-Zuhaili mendefinisikan asuransi berdasarkan pembagiannya. Ia membagi asuransi dalam dua bentuk, yaitu *at-ta'min at-ta'awuni* dan *at-ta'min bi qist sabit*. *At-ta'min at-ta'awuni* atau asuransi tolong-menolong adalah: “kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang diantara mereka mendapat kemudharatan.” *At-ta'min bi qist sabit* atau asuransi dengan pembagian tetap adalah: “akad yang

¹¹ Ibid 88

¹² Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.129.

¹³ Wirdyaningsih, *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), h.179.

¹³ Hermawan Kartajaya, *service Operation*, (Jakarta: Erlangga Grup, 2009), h.3.

mewajibkan seorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terdiri atas beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapatkan kecelakaan, ia diberi ganti rugi.

Musthafa Ahmad az-Zarqa memaknai asuransi adalah sebagai suatu cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko atau ancaman bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya, dalam perjalanan kegiatan kehidupannya atau dalam aktifitas ekonominya. Berpendapat bahwa sistem asuransi adalah sistem ta'awun dan tadhmun yang bertujuan untuk menutupi kerugian peristiwa-peristiwa atau musibah-musibah oleh sekelompok bertanggung kepada orang.¹⁴

Dalam asuransi tersebut banyak yang harus dilakukan oleh nasabah dan setiap peserta wajib melakukan pembayaran premi secara teratur setiap bulan, persetengah semester dan setengah tahun sekali. Besar premi yang akan dibayarkan oleh peserta tergantung kepada kemampuannya. Untuk itu para nasabah bisa memilih produk yang cocok untuk diambil karna setiap asuransi mempunyai bermacam-macam produk misalnya mitra Iqro plus, mitra mabrur plus dan mitra excellent itu yang ada di AJB BumiPutera serang mungkin masih banyak nama produk lain nya di asuransi perusahaan lain.

Mengenai tentang pelayanan merupakan suatu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan

¹⁴ Wirdyaningsih, *Bank Dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2005), h.177.

menjadikan budaya layanan sebagai standar sikap orang didalam perusahaan. Budaya layanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai layanan, yang akan mempengaruhi tingkat pengulangan pelanggan dalam membeli produk.

Pelayanan menurut Hermawan Kartajaya adalah paradigma perusahaan untuk menciptakan sebuah value abadi bagi pelanggan melalui produk. Oleh karnanya, nilai pelayanan yang tercipta harus dikelola terus menerus tidak hanya saat terjadi transaksi tapi juga setelah terjadi transaksi.¹⁵

Salah satu keunggulan produk asuransi syariah adalah kehalalannya. Asuransi syariah menawarkan sistem bagi hasil (mudharabah) dan berbagi risiko. Pada saat membuka asuransi syariah, dana peserta langsung dibagi 2 (dua), sebagian dibagikan ke dana kemanusiaan (tabarru) untuk menutupi klaim dan sisanya menjadi premi tabungan. Premi tabungan dimaksud tidak akan hilang. Nasabah justru diuntungkan karna menikmati bagi hasil investasi yang dikembalikan ketika kepesertaan berakhir.¹⁶

Dengan memahami penjualan secara sistematis, seorang penjual akan lebih mudah memahami keterampilan teknik saja yang dibutuhkannya. Jika seorang penjual cakap dalam melakukan penutupan penjualan namun kesulitan dalam melakukan calon pelanggan potensial, berarti dia perlu meningkatkan keterampilan dalam hal *prospecting*. Demikian pula jika penjual seringkali gagal mendapatkan

¹⁵ Hermawan Kartajaya MarkPlud Basics (Jakarta: Erlangga Group,2009),h.136

¹⁶ Zainuddin Ali,Hukum Asuransi Syariah,(Jakarta:Sinar Grafika,2008),h.49.

penjualan padahal dia memiliki banyak calon pelanggan potensial, berarti keterampilan dalam menghadapi penolakan dan menutup penjualan perlu ditingkatkan.¹⁷

Peran penjual sebagai konsultan, Consulting for solution adalah kemampuan untuk masuk ke dalam kepala pelanggan, melihat sesuatu dari perspektif mereka, dan menyesuaikan teknik penjualan dengan gaya pelanggan. Seseorang penjual yang juga berperan sebagai seorang konsultan harus mampu memberikan solusi kepada pelanggan dari sejak tahap, pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif-alternatif, pemecahan masalah pembelian, penerapan.¹⁸

Menurut ketua umum Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) muhammad Syakir Sula, pada tahun 2005 pertumbuhan industri asuransi syariah mencapai 50% dengan jumlah 30 perusahaan. Tahun 2006, prospek pertumbuhan diprediksi akan semakin pesat. Pangsa pasar industri asuransi syariah sepanjang tahun 2005 sekitar 1,5%. Tahun 2006 diharapkan meningkat hingga 2%. Modal yang dikururkan perusahaan yang membuka unit syariah, yaitu antara Rp10 miliar-Rp15 miliar dan dampaknya baru terasa tahun 2006.

Beberapa asuransi yang sudah ada dan akan membuka unit syariah serta menjadi pemicu utama pertumbuhan, antara lain panin, Central Asia Raya, Allianz, Nas Re (Nasional Reasuransi), dan Indo Re (Indonesisa Reasuransi). Kelima perusahaan asuransi tersebut, kini sedang menjajaki pembukaan dan telah berbicara

¹⁷ Hermawan Kartajaya, Sales Operation, (Jakarta:Erlangga Group,2010),h.3

¹⁸ Ibid 15

dengan asosiasi, dan 3 (tiga) di antaranya, yaitu Parolamas, Manulife, dan Askrindo. Sedangkan Marine syariah dan Tugu Re (Tugu Reasuransi Indonesia atau disingkat Tugure adalah sebuah perusahaan Reasuransi di Indonesia yang berdiri sejak 1987 dan berkantor pusat di Jakarta), menjadi 2 reasuransi yang akan meramaikan asuransi syariah tahun 2006. Menyusul kemudian Jiwasraya, Ersnal, Amanah Jaminan Indonesia, dan Asia.

Produk unggulan asuransi syariah agak berbeda dengan asuransi konvensional. Perbedaan dimaksud, jika asuransi konvensional, produk unit link (gabungan asuransi dengan investasi) menjadi tren, sementara pada Asuransi syariah Takaful pada setiap perusahaan memiliki produk unggulan yang berbeda sesuai permintaan nasabah. Sebagai contoh dapat diungkapkan misalnya, di PT Syarikat Takaful Indonesia (selanjutnya disebut STI) yang memiliki 2 anak perusahaan yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga (selanjutnya disebut ATK) dan PT asuransi Takaful Umum (selanjutnya disebut ATU). Untuk ATK, menurut General manager Technique Retailand Corporation Syariah M.Salani, produk unggulannya adalah Fulnadi atau takaful dana pendidikan. Premi yang berhasil dikumpulkan produk tersebut setiap tahun mencapai 70% dari total dana asuransi yang terkumpul, sejak diluncurkan pada 2004 yang lalu. Sementara di ATU, AVP Marketing sigit Budiarmo mengakui memiliki 3 (tiga) buah produk unggulan. *Takafulbaituna*, berupa asuransi rumah dan baru diluncurkan tahun 2006 serta 2 produk lain merupakan reposisi dari produk sebelumnya, yaitu Takaful Abror dan Surgaina. Berarti satu-satunya perusahaan bergerak diasuransi syariah penuh selain STI adalah Asuransi Syariah Mubarakah

yang bergerak di asuransi jiwa. Perusahaan hanya memfokuskan kepada nasabah kumpulan seperti perusahaan, sekolah, organisasi-organisasi, bahkan kabupaten atau kotamadya. Direktur mubarakah ke nasabah kumpulan sudah dimulai sejak tahun 2004.¹⁹

Value Graph merupakan suatu perangkat analisis untuk mengetahui potential value (nilai potensial) dari suatu produk. Value graph dapat digambarkan dengan terlebih dahulu mengetahui tujuan pemakaian produk dari sudut pandang pelanggan. Selanjutnya tim pengembang dapat mengetahui jawaban pelanggan berupa spesifikasi yang mereka perlukan dalam tujuan pemakaian yang telah ditetapkan. Terkadang pengguna suatu produk yang akan dijual dipasar bisa berbeda dengan ekspektasi pada umumnya, bahkan tim pengembang mungkin belum mengetahuinya. Semakin suatu produk hadir dengan tutunan kebutuhan pelanggan dan memungkinkan secara teknis dan faktor lainnya, maka ketika nanti produk tersebut hadir akan diterima dengan pasar dengan baik. Oleh karnanya dengan mengetahui tuntunan kebutuhan pelanggan akan suatu produk dengan baik, merupakan awal proses pembangunan produk yang berhasil.²⁰

¹⁹ Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 50.

²⁰ Humiras hardi Purba, *Inov asi Nilai Pelanggan dalam Perencanaan & Pengembangan Produk* (yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 76.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mengkaji dan mempermudah skripsi ini secara keseluruhan, maka penulis akan menguraikan tentang sistematika penulisan sebagai berikut:

- BAB I** **PENDAHULUAN**, ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka pemikiran, dan sistematika penulisan.
- BAB II** **KAJIAN PUSTAKA**, ini meliputi tentang sejarah asuransi syariah, pengertian asuransi syariah, landasan hukum asuransi syariah, pengertian pelayanan, pengertian penjualan, pengertian produk asuransi, konsep pelayanan dalam asuransi syariah, tujuan manfaat pelayanan asuransi.
- BAB III** **METODOLOGI PENELITIAN**, ini meliputi metode penelitian yang mencakup: waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data dan operasional variabel.
- BAB IV** **HASIL PENELITIAN**, ini meliputi pembahasan hasil penelitian yang mencakup gambaran umum objek penelitian, analisis data kuesioner dan hasil penelitian
- BAB V** **PENUTUP**, ini meliputi kesimpulan dan saran yang dapat penulis ajukan sehubungan dengan penelitian yang telah dilakukan.