

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Sejarah Asuransi**

##### **1. Asal Mula Sejarah Asuransi Syariah**

Asal usul asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional, praktik asuransi syariah di Indonesia berasal dari budaya suku Arab sebelum zaman Rasulullah yang disebut dengan *aqilah*, menurut Thomas Patrik dalam bukunya *Dictionary of Islam* seperti yang dikutip oleh Agus Hariyadi, menerangkan bahwa jika salah satu anggota suku yang terhubung oleh anggota suku lain, keluarga korban akan dibayar sejumlah uang darah (*diyat*) sebagai kompensasi oleh saudara terdekat dan pembunuh. Saudara terdekat pembunuh tersebut biasa disebut *aqilah*. *Aqilah* yang membayar uang darah atas nama pembunuh.

*Al-Aqilah* adalah saling memikul atau bertanggung jawab untuk keluarganya. Jika salah satu anggota suku terbunuh oleh anggota suku yang lain, maka ahli waris korban akan dibayar dengan uang darah (*diyat*) sebagai kompensasi saudara terdekat dari terbunuh. Saudara terdekat dari pembunuh disebut *aqilah*. Lalu mereka mengumpulkan dana (*al-kunzu*) yang diperuntukan membantu keluarga yang terlibat dalam pembunuhan tidak disengaja. *Al-Aqilah* berbeda halnya *Al-Muawalah* yang disebut *Al-Muawalah* adalah perjanjian jaminan. Penjamin akan menjamin seseorang yang tidak memiliki harta warisan dan tidak diketahui ahliwarisnya.

Penjamin setuju untuk menanggung biaya, jika seorang yang dijamin tersebut melakukan tindakan pidana (*jianayah*). Apabila seorang yang dijamin meninggal, maka penjamin boleh mewarisi hartanya sepanjang tidak ada ahli warisnya.<sup>1</sup>

Praktik aqilah di zaman Rasulullah tetap diterima oleh masyarakat Islam Nabi Muhammad saw. “Diriwayatkan oleh Abu Hurairoh ra., dia berkata: Berselisih dua orang wanita dari suku Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu ke wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang dikandungnya. Ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadakan peristiwa tersebut kepada Rasulullah saw., maka Rasulullah saw. Memutuskan ganti rugi dari pembunuh terhadap janin tersebut dengan pembebasan seorang budak laki-laki atau perempuan, dan memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut dengan uang darah (*diayat*) yang dibayarkan oleh aqilah-nya (kerabat dari orang tua laki-laki).”(HR.Al-Bukhari).

Berkaitan dengan hal ini, seperti yang termaktub dalam disertai doktor MM Billah bahwa Piagam (konsitusi) Madinah juga mencantumkan pasal asuransi sosial dengan sistem *aqilah*. Dalam pasal 3 konstitusi Madinah, Rasulullah saw membuat ketentuan mengenai penyelamat jiwa para tawanan. Beliau menyatakan, jika tawanan yang bertahan oleh musuh disebut oleh perang, pihak tawanan harus membayar

---

<sup>1</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Asuransi Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 10

tebusan kepada musuh untuk membebaskan yang ditawan. Penebusan ini ditanggung bersama-sama oleh Quraisy yang berpindah ke Madinah.<sup>2</sup>

## 2. Asal Mula Asuransi Konvensional

Berdasarkan hasil research Mohd. Ma'sum Billah yang dituangkan dalam bukunya *Principles & Practice of Takaful and Insurance Compared* seperti yang dikutip oleh Agus Hariyadi, menjelaskan tentang asal usul dan perkembangan asuransi konvensional dan syariah dari buku *British Insurance*, sebagai berikut. “ dalam kehidupan dizaman primitif, kebiasaan hidup saling berdampingan atau bersama-sama dalam satu komunitas merupakan ciri utama, sehingga kebutuhan dan keperluan hidup mereka secara umum dapat teratasi melalui mekanisme saling menjaga dan saling menolong di antara mereka, yang tidak memerlukan asuransi, sejalan dengan perkembangan waktu terjadi urbanisasi (perpindahan ke kota), di mana dalam masyarakat kota bila seseorang menghadapi berbagai bahaya dan risiko yang susah mendapat bantuan dari keluarga maupun kelompoknya, sehingga dengan perubahan kehidupan di atas membuat mereka mencari beberapa solusi yang dapat membuat kehidupan menjadi aman, atau property mereka terlindungi dari risiko yang tidak diharapkan.

Clayton, menyatakan bahwa ide tentang asuransi tumbuh dan berkembang pada jaman masyarakat Babilonia sekitar tahun 3000 SM (sebelum Masehi), dan pada tahun 2500 SM, Raja Babilonia telah mengumpulkan sekitar 280 klausa yang

---

<sup>2</sup> Didin Hafidhuddin, Dkk. *Solusi Berasuransi Lebih Indah Dengan Syariah*, (Bandung: PT Syarikat Takaful Indonesia, 2009),h.5

dikenal dengan kode Babilonia (*Babylonian Code*) atau disebut juga kode Hammurabi (*Hammurabi code*). Kode tersebut menunjukkan bahwa orang babilonia telah mempraktikkan perjanjian bisnis komersial yang menggunakan uang sebagai transaksi, yaitu orang meminjamkan uang kepada pedagang dan mengabil beberapa persen untuk pembayaran bunga/interes. Transaksi di atas, saat ini dikenal oleh warga masyarakat dengan kontrak *bottomry*. *Bottomry* dijalankan oleh pedagang Babilon sekitar 3000-4000 SM, yaitu uang atau barang dipinjamkan kepada pedanag untuk tujuan perdagangan, atau dapat juga sebagai pinjaman murni membebankan imbalan tertentu atau bunga, dan keduanya, membebankan bunga atas pinjaman uang dan sebagi modal akan mendapatkan bagian keuntungan, hasil perdagangan dari hasil perdagangan.

Dasar transaksi antara meminjamkan uang (*lender*) dan yang meminjam dan peminjam harus dilindungi (dibebaskan) dari kewajiban bila dalam melakukan perdagangan yang kemudian terjadi kecelakaan atau musibah yang menimpa peminjam. Pembayaran bunga dimaksud, dalam *bottomry* dapat disamakan dengan premi, yaitu peminjam merupakan tertanggung; sedangkan yang meminjamkan bertindak sebagai penanggung (asuransi).

## **B. Landasan Hukum Asuransi Syariah**

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karna sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggunganan yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran

Islam, yaitu Al-Qur'an dan sunnah Rasul, maka landasan yang dipakai dalam inti tersebut tidak jauh berbeda dengan metodologi yang dipakai oleh sebagian ahli hukum Islam.

Kebanyakan ulama (jumhur) memakai metodologi konvensional dalam mencari landasan syariah dari suatu pokok masalah (*subject matter*). *subject matter* nya adalah lembaga asuransi. Landasan yang digunakan dalam memberi nilai legalisasi dalam praktik bisnis asuransi syariah adalah: al-Qur'an, sunnah Nabi, piagam Madinah, praktik sahabat, ijma', qias, syar'u man qablana, dan istihsan.

#### 1. Al-Qur'an

Al-Qur'an tidak menyebutkan secara tegas ayat yang menjelaskan tentang praktik asuransi seperti yang ada di jaman sekarang. Hal ini terindikasi dengan tidak munculnya istilah asuransi atau *al-ta'min* secara nyata dalam al-Qur'an. Diantara ayat al-Qur'an yang mempunyai muatan nilai-nilai yang ada dalam praktik asuransi adalah surat al-Maidah ayat 2

ط  
... وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya :

*“Tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa, dan juga tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-nya.”*<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) h. 104.

## 2. Sunnah Nabi

Pengertian sunnah menurut bahasa adalah jalan yang ditempuh (المسلوكة الطريقة), tradisi, dan terpuji. Jama'nya sunun. Nabi SAW.

Bersabda:

مَنْ سَنَّ سُنَّةً حَسَنَةً فَلَهُ أَجْرُهَا وَأَجْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ. وَمَنْ سَنَّ سُنَّةً سَيِّئَةً فَعَلَيْهِ وَزُرْهَا وَزُرُّ مَنْ عَمِلَ بِهَا إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ.

Artinya: *Barang siapa mengadakan sesuatu sunnah (jalan) yang baik, maka baginya pahala sunnah itu dan pahala orang lain yang mengerjakannya hingga hari kiamat. Dan barang siapa mengerjakan sesuatu sunnah yang buruk, maka atasnya dosa membuat sunnah buruk itu dan dosa orang yang mengerjakannya hingga hari kiamat.*

Hadits yang memberi pengertian bahwa: perkataan “sunnah” diartikan “jalan”, sebagaimana yang dikehendaki oleh ilmu bahasa sendiri.

Kalangan ahli agama di dalam memberikan pengertian sunnah berbeda-beda, sebab para ulama memandang sunnah dari segi yang berbeda-beda pula dan membicarakannya dari segi yang berlainan.

Ulama hadits memberikan pengertian sunnah sebagai berikut:

مَا نُقِلَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ قَوْلٍ أَوْ تَقْرِيرٍ أَوْ غَيْرِ ذَلِكَ

Artinya: *Segala yang dinukilkan dari Nabi SAW. Baik yang berupa perkataan, perbuatan, taqirinya atau selain itu.*

Dalam bisnis asuransi, yang perlu diperhatikan sejak awal adalah niat seseorang ikut serta di dalamnya. Seorang yang menjadi anggota perkumpulan asuransi harus meluruskan niatnya dengan memberikan motivasi pada dirinya,

bahwa dia berarsuransi hanya untuk saling tolong-menolong dan bantu-membantu antara sesama anggota asuransi dengan didasari untuk mencari keridhaan Allah SWT.

Sebagaimana Hadits tentang anjuran menghilangkan kesulitan seseorang.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ { رَضِيَ } النَّبِيِّ { ص } قَالَ: مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ { رَوَاهُ مُسْلِمٌ }

Artinya: ”Diriwayatkan oleh Abu Hurairoh ra, Nabi Muhammad bersabda: Barang siapa 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 urusannya didunia dan di akhirat.” (HR. Muslim)

Dalam hadits tersebut tersirat adanya anjuran untuk saling membantu antara sesama manusia dengan menghilangkan kesulitan seseorang atau dengan mempermudah urusan duniawinya, niscaya Allah SWT, akan mempermudah segala urusan dunia dan urusan akhiratnya. Dalam perusahaan asuransi, kandungan hadits diatas terlihat dalam bentuk pembayaran dana sosial (tabarru') dari anggota (nasabah) perusahaan asuransi yang sejak awal mengihlaskan dananya untuk kepentingan sosial, yaitu untuk membantu dan mempermudah urusan saudaranya yang kebetulan mendapatkan musibah atau bencana (peril).

### 3. Piagam Madinah

Rasulullah SAW. Mengundangkan sebuah peraturan yang terdapat dalam Piagam Madinah yaitu sebuah konstitusi pertama yang memperhatikan keselamatan hidup para tawanan yang tinggal di negara tersebut. Seseorang yang

menjadi tawanan perang musuh, maka aqilah dari tawanan tersebut akan menyumbangkan tebusan dalam bentuk pembayaran (diyat) kepada musuh, sebagai pesanan yang memungkinkan terbebaskan tawanan tersebut. Sebagaimana kontribusi tersebut akan dipertimbangkan sebagai bentuk lain dari pertanggungans sosial (social insurance).

#### 4. Praktik Sahabat

Praktik sahabat berkenaan dengan pembayaran hukuman (ganti rugi) pernah dilaksanakan khalifah kedua, Umar Bin Khattab. Pada suatu ketika khalifah Umar memerintahkan agar daftar (*diwan*) saudara-saudara muslim disusun perdistrik. “orang-orang yang namanya tercantum dalam *diwan* daftar tersebut berhak menerima bantuan dari satu sama lain, dan harus menyumbang untuk pembayaran hukuman (ganti rugi) atas pembunuhan (tidak di sengaja) yang dilakukan oleh salah seorang anggota masyarakat mereka. Umar lah yang pertama kali mengeluarkan perintah untuk menyiapkan daftar secara profesional perwilayahan, dan orang-orang terdaftar secara profesional perwilayahan, dan orang-orang yang terdaftar diwajibkan saling menanggung beban.

#### 5. Ijma

Sahabat telah melakukan *ittifaq* (kesepakatan) dalam hal tersebut (*aqilah*) terbukti dengan tidak adanya penentangan oleh sahabat lain terhadap apa yang dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khatab. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mereka bersepakat mengenai persoalannya.



## 6. Syar'u Man Qablana

*Syar'umna qoblana* dalam pandangan Wahhab khalaf adalah salah satu dalil hukum yang dapat dijadikan pedoman (sumber) dalam melakukan penetapan hukum (*istimbath al-hukm*) dengan mengacu pada cerita dalam al-Qur'an atau sunnah Nabi yang berkaitan dengan hukum syar'i umat terdahulu tanpa adanya pertentangan dengan ketetapan yang ada dalam al-Qur'an maupun sunnah Nabi.

Contoh dari metode syar'u man qoblana adalah kewajiban menjalankan puasa. Ditegaskan dalam QS al-Baqaroh [2]:183. Dalam masalah tersebut, praktik yang mempunyai nilai sama dengan asuransi, yang pernah dikerjakan oleh suku kuno Arab pra-Islam oleh keluarga dari pihak laki-laki sipembunuh. Sebenarnya sipembunuh harus membayar ganti rugi tersebut. Namun kelompok penanggung pembayaran karna si pembunuh kebetulan anggotanya.

## 7. Istihsan

*Istihsan* dalam pandangan ahli ushul adalah memandang sesuatu itu baik. Kebaikan dari kebiasaan *aqilah* di kalangan suku arab kuno terletak pada kenyataan bahwa ia dapat menggantikan balas dendam berdarah.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Prenada Media, 2004) h. 124.

### C. Pengertian Pelayanan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pelayana adalah orang yang kerja melayani.<sup>4</sup> Sedangkan layanan sendiri bisa diartikan sebagai konsumen yang senang karena memilih perusahaan setelah merasakan pengalaman layanan, dan mempromosikan perusahaan tersebut kepada konsumen lainnya.<sup>5</sup>

Sedangkan menurut Fred Luthans yang dikutip dalam bukunya Moenir pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuannya.

Sedangkan menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby ” pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan”. Ini adalah definisi yang paling simpel.

Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos (1990 :27). sebagaimana dikutip bahwa pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat raba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indoneia*. (Jakarta, Balai Pustaka, 1993), h.724

<sup>5</sup> Hermawan Kartajaya, *service Operation*, (Jakarta: Erlangga Grup, 2009), h.3.

<sup>6</sup> Ratminto & Atik septi winarsih, *Manajmen Pelayanan* ( yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal.2

Menurut Adrian Payne dalam bukunya yang berjudul Pemasaran Jasa mengemukakan definisi jasa (layanan) adalah merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan properti dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.<sup>7</sup>

Albert dan Zamke mengemukakan bahwa organisasi-organisasi yang bergerak dibidang pelayanan yang sangat berhasil memiliki tiga kesamaan, yaitu:

- a. Disusunnya strategi pelayanan yang baik
- b. Orang di garis depan yang berorientasi pada pelanggan/konsumen
- c. Sistem pelanggan yang ramah

Organisasi harus memenej tiga faktor tersebut agar mewujudkan kepuasan pelanggan. Interaksi di antara strategi, sistem, dan orang digaris depan serta pelanggan akan menentukan keberhasilan manajemen dan kinerja pelayanan organisasi tersebut.

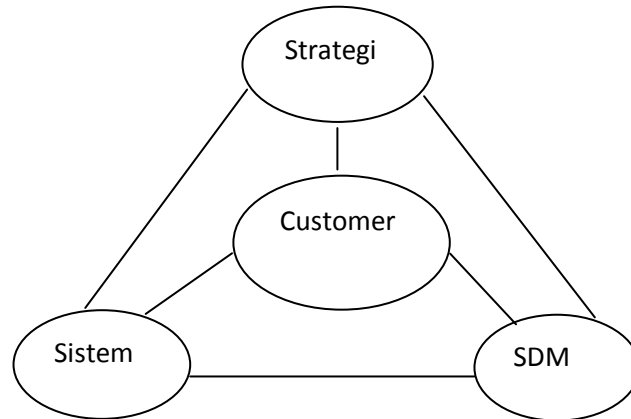
Interaksi di antara empat faktor tersebut dikonsepsikan oleh Albert dan Zamke sebagai *The Service Triangle*, sebagaimana dapat dilihat modelnya dalam gambar dibawah ini<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> “Pengeretian Pelayanan” <http://kuliahgratis.net/>, diunduh pada 17 sep. Pukul 22.42 WIB.

<sup>8</sup> Ratminto & Atik septi winarsih, *Manajmen Pelayanan* ( yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015),hal.80

### Model Segitiga Pelayanan



#### 1. Konsep Pelayanan Dalam Asuransi Syariah

kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.<sup>9</sup>

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerimaan pelayanan. Kepuasan penerimaan pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan masyarakat, keputusan

---

<sup>9</sup>“Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” <https://sebuahsejuk.wordpress.com/>, diunduh pada 19 Sep.2015, pukul 22.41 WIB.

MENPAN Nomor 63 Tahun 2004 mengatankan agar setiap penyelenggaraan pelayanan secara berkala melakukan survei indeks kepuasan masyarakat.<sup>10</sup>

## **2. Tujuan Manfaat Pelayanan Asuransi.**

Manfaat pelayanan dalam asuransi ini meliputi

1. Pelayanan yang cepat dan tepat berbasis sistem information technology yang memadai;
2. Pelayanan yang ramah dan menyejukkan sesuai dengan adab dan etika pergaulan Islam;
3. Pelayanan yang istiqamah dalam kualitas sehingga calon peserta atau pun pesrta asuransi mendapatkan pengalaman terbaik;
4. Pelayanan yang tulus dan tidak dibuat-buat sekedar menyenangkan calon peserta atau pun peserta asuransi;
5. Pelayanan yang tidak membeda-bedakan di antara calon peserta asuransi disebabkan perbedaan status maupun perbedaan besarnya pertanggungan;
6. Pelayanan yang profesional dengan melihat kebutuhan calon peserta atau peserta asuransi secara detail.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Ratminto & Atik septi winarsih, *Manajmen Pelayanan* ( yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015),hal.28

<sup>11</sup> Didin Hafidhudin dkk.*Solusi Berasuransi* (Bandung:PT Karya Kita,2009),h.155.

#### **D. Pengertian Penjualan**

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 pelanggan yang sudah menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang memiliki potensi menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang belum menggunakan dan belum memiliki potensi menggunakan barang atau jasa, dan pelanggan yang belum menggunakan dan belum memiliki potensi menggunakan barang atau jasa.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan suatu proses menaruh harapan suatu kualifikasi terhadap pelanggan potensial. Proses pendekatan awal yang dilakukan lebih intensif untuk memberikan pengenalan dari presentasi dan demonstrasi dari barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>12</sup>

Penjualan adalah sebuah proses yang memiliki beberapa tahapan yang berbeda menurut keterampilan yang berbeda pula agar dapat melakukan penjualan dengan efektif, seorang penjual harus memahami secara sistematis proses penjualan dari awal hingga akhir ketidak pahaman terhadap proses penjualan akan menyebabkan peluang kegagalan dalam penjualan semakin besar. Sebagai contoh, seringkali penjual langsung menawarkan atau mempresentasikan produk-produk yang dimilikinya tanpa terlebih dahulu mencoba memahami kebutuhan calon pelanggan yang sebenarnya. Akibatnya calon pelanggan melakukan penolakan karna

---

<sup>12</sup> Hermawan Kartajaya, *Markplus Basics* ( Jakarta: Erlangga Grup, 2009),h.100

menganggap kehadiran penjual tidak bisa menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya.

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

Menurut Basu Swath faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu: 1. Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli merupakan pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Untuk maksud tersebut para penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:

- a. Jenis dan karakteristik barang yang akan ditawarkan
- b. Harga produk
- c. Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengahantaran, pelayanan purna jual dan sebagainya

## 2. Kondisi Pasar

Pasar sebagai kelompok pembelian pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan.

## 3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu sebelum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dari keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu/membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal dan diperlukan oleh perusahaan.

## 4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Perusahaan besar biasanya masalah penjualan ditangani bagian penjualan yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil, yang mana dalam masalah-masalah penjualan yang ditangani orang-orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan tenaga kerjanya yang lebih sedikit.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> "Faktor Penjualan" <http://www.psychologymania.com/>, diunduh pada 20 nov.2015,pukul 13.31 WIB



## E. Pengertian Produk Asuransi

Philip Kotler dan Gary Armstrong 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 kepada market untuk perhatian penggunaan akuisisi atau konsumsi yang mungkin memenuhi yang di inginkan atau kebutuhan).

Melalui definisi tersebut, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan, bisa berupa barang atau jasa yang dapat ditawarkan oleh suatu perusahaan untuk suatu atensi, akuisisi, kegunaan, atau konsumsi dan ditunjukan untuk memuaskan pelanggan. Suatu keinginan atau kebutuhan dari pelanggan yang membuat mereka memerlukan barang atau jasa tersebut.

### Tiga Tingkatan Produk

1. *Care Benefit*, Manfaat sesungguhnya dari produk yang dibeli oleh pelanggan.
2. *Actual product*, Produk nyata yang dapat digunakan oleh pelanggan.
3. *Augmented product*, Produk nyata yang didukung oleh pemberian layanan dan manfaat tambahan untuk pelanggan.<sup>14</sup>

Produk adalah elemen kunci dalam penawaran pasar (*market offering*). Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan suatu penawaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan sasaran. Pelanggan akan

---

<sup>14</sup> Hermawan Kartajaya, *MarkPlud Basics* ( Jakarta: Erlangga Group,2009),h.88

menilai penawaran tersebut dari tiga elemen dasar: keistimewaan dan kualitas produk, bauran dan kualitas pelayanan, serta kesesuaian harga penawaran.<sup>15</sup>

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ada lima tingkatan produk :

- a. Manfaat inti (*core benefit*) yaitu jasa atau manfaat dasar yang sesungguhnya dibeli pelanggan.
- b. Produk dasar (*basic product*)
- c. Produk yang diharapkan (*expected product*) suatu set atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan dan disetujui pembeli ketika mereka membeli produk ini.
- d. Produk yang diinginkan (*augmented product*) yang memenuhi pelanggan itu melampaui harapan mereka.
- e. Produk potensial (*potential product*) yang mencakup semua peningkatan dan transformasi yang akhirnya akan dialami produk tersebut di masa depan.<sup>16</sup>

Dalam produk asuransi, penetapan tarif premi harus mempertimbangkan

- a. Premi murni yang dihitung berdasarkan tingkat bunga, dan Tabel Mortalita yang digunakan
- b. Biaya perolehan, termasuk komisi agen
- c. Biaya administrasi dan biaya umum lainnya;

---

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997), h.52

<sup>16</sup> Philip kotler, *Manajemen Pemasaran* (Surabaya: Perdana Printing Arts, 1997), h.53.

d. Prakiraan hasil investasi dari premi.

Dari empat pertimbangan tersebut sesuai ketentuan atau keputusan Menteri Keunagan RI No. 225/KMK.017/1993, Bab IV pasal 13 ayat (2).<sup>17</sup>

Sesuatu yang menarik dalam marketing artinya semua yang mengandung daya pikat, daya tawar, sekaligus daya manfaat yang mampu memenuhi kebutuhan seseorang. Tiga hal yang tentunya dapat menjadi pertimbangan adalah produk (merek, keunggulan, harga, nilai, dan sebagainya), pemasaran (penampilan, sikap, dan sebagainya) dan perusahaan/produsen (pelayanan, garasi, dan sebagainya).

Semua produk asuransi syariah dapat digali daya pikat, daya tawar, dan daya manfaatnya. Semua pemasar asuransi syariah pun dapat dididik dan dilatih agar memiliki kemampuan untuk memasarkan produk dengan cara terbaik sehingga menarik bagi calon peserta asuransi syariah. Semua perusahaan asuransi syariah dengan menciptakan nilai-nilai perusahaan yang menarik hati calon peserta asuransi. Ketiganya saling mengingat dan menjadi timpang .<sup>18</sup>

Produk asuransi syariah yang berbasis keunggulan

1. Produk yang bersih dari unsur *maisir*, *gharar*, dan *riba*;
2. Produk yang tidak mengandung unsur syubhat atau meragukan;
3. Produk yang menentramkan dan memberi kebahagiaan lahir batin;

---

<sup>17</sup> Ketut Sendra, *Konsep dan Penerapan Asuransi Jiwa Unit-Link Proteksi Sekaligus Investasi* (Yogyakarta: JiwaSraya, 2004,)h.19.

<sup>18</sup> Didin Hafifudin, dkk, *Solusi Berasuransi Lebih Indah Dengan Syariah* hal 153

4. Produk yang mengandung manfaat besar, tetapi sangat kecil atau tidak ada mudharatnya;
5. Produk yang sangat fleksibel dan mengandung banyak fitur yang memudahkan;
6. Produk dengan penjelasan dan akad yang terbuka;
7. Produk dengan merek menarik dan mudah dikenali sehingga menjadi tren gaya hidup.<sup>19</sup>

**Tabel 2.2**

**Karakteristik produk dan pelayanan<sup>20</sup>**

Produk (barang)	Jasa Pelayanan
Konsumen memiliki objeknya	Konsumen memiliki kenangan. Pengalaman atau memori tersebut tidak bisa dijual atau diberikan kepada orang lain.
Tujuan pembuatan barang adalah keseragaman, semua barang adalah sama	Tujuan tujuan penyelenggaraan pelayanan adalah keunikan. Setiap konsumen dan setiap kontak spesial.
Suatau produk atau barang dapat disimpan digudang, sampelnya dapat dikirim ke konsumen.	Suatu pelayanan terjadi saat tertentu, ini tidak dapat disimpan digudang atau dikirimkan contohnya
Konsumen adalah pengguna akhir yang tidak terlibat dalam proses produksi	Konsumen adalah rekanan yang terlibat dalam proses produksi
Kontrol kualitas dilakukan dengan cara membandingkan output dengan	Konsumen melakukan kontrol kualitas dengan cara membanding-

<sup>19</sup> Didin hafifudin, dkk, *Solusi Berasuransi Lebih Indah Dengan Syariah* (Jakarta: PT Kaya Kita, 2009), hal.154

<sup>20</sup> Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajmen Pelayanan*, (yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), hal.3

spesifikasinya	kan harapannya dengan pengalaman
Jika terjadi kesahan produksi, produk (barang) dapat ditarik kembali dari pasar	Jika terjadi kesalahan, satu-satunya cara yang bisa dilakukan untuk memperbaiki adalah meminta maaf
Moral karyawan sangat penting	Moral karyawan berperan sangat menentukan

## F. Penelitian Terdahulu

Produk bukan semata-mata ditunjukkan untuk mendapatkan hasil kerja sebanyak-banyaknya, melainkan kualitas untuk kerja juga penting untuk diperhatikan untuk kerja yang baik dapat dipengaruhi oleh kecakapan dan motivasi. Untuk melihat efektifitas kerja. Larsen dan Mitchell mengusulkan beberapa teori, antara lain pendekatan lain. Intinya adalah kinerja akan tergantung kepada adanya perpaduan yang tepat antara individu dan pekerjaan sehingga mencapai produktivitas kerja yang maksimum.

Terdapat perbedaan yang mendasar antara analisis korelasi dan regresi. Analisis korelasi digunakan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih baik hubungan yang bersifat sistematis, kausal, *reciprocal*, sedangkan analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/dirubah-ubah atau dinaik turunkan. Sedangkan manfaat dari hasil analisis regresi untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Sebelum analisis digunakan maka diperlakukan uji linearitas dan keberartian.

Penelitian ini dilakukan oleh Ermawati judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Gadai Emas”. Yang diangkat dalam penelitian ini adalah: bagaimana kualitas pelayanan perum pegadaian syariah dicabang gadai emas perum pegadaian syariah cabang serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana, berdasarkan hasil penelitian diperoleh R square 0,493% dan berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah.

Penelitian yang sudah dilakukan dengan pembahasan penelitian yang dilakukan oleh saudari kholisoh 2014 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Serang” hasil yang didapat berdasar dari hasil penelitian, adalah diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y=7,269+0,699$  artinya, terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank Mega Syariah Cabang Serang . sedangkan untuk melihat pengaruh penulis menggunakan koefisien determinasi, dimana R square = 0,517. Artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah 51,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Jamiatul Nurjanah judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”, yang diangkat dalam tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang ada di Alfamart Bumi Agung Permai (BAP) serang. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembeli konsumen di Alfamart

Bumi Agung Permai (BAP) serang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu suatu teknik riset yang menitik beratkan pada pengumpulan dan analisis data numerik (angka) dalam rangka menjelaskan atau memprediksi gejala-gejala yang diamatai . berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan beli konsumen. Ini bisa dilihat dari koefisien korelasi determinasi yaitu sebesar 0,275% atau 27,5% dan sisanya 73% dipengaruhi faktor lain, seperti harga lokasi dan lain-lain.

Adapun perbedaan penelitian penulis dengan ketiga penelitian terdahulu di atas yaitu bahwa variabel x diukur dengan data perusahaan yang dikeluarkan dan variabel y diukur dengan berdasarkan data jumlah produk tersebut dianalisis dengan menggunakan metode uji normalitas, uji t dan uji determinasi, yang kemudahan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y dan seberapa besar pengaruhnya.

## **G. Hipotesis**

Hipotesis diartikan sebagai hasil penelitian sementara terhadap masalah penelitian yang diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilaksanakan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan fakta-fakta empiris. Kebenarannya dapat diuji melalui data-data yang dikumpulkan dan analisis data. Untuk mengetahui kebenarannya penulis menggunakan analisis korelasi sederhana. Dugaan sementara penulis terhadap penelitian ini adalah:

- Ho : Diduga tidak ada pengaruh antara pelayanan pegawai (X) peningkatan penjualan (Y)
- Ha : Diduga ada pengaruh antara pelayanan pegawai (X) terhadap peningkatan penjualan (Y)