

## DAFTAR PUSTAKA

### AL-QUR'AN

Al-Qur'an Terjemah Kemenag 2002.

Fatwa DSN MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

Fatwa DSN-MUI No. 106/DSN-MUI/X/2016 Tentang *Wakaf Manfaat Asuransi dan Manfaat Investasi pada Asuransi Jiwa Syariah*.

### BUKU

A Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2012.

Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihan di Tengah Asuransi Konvensional*. Jakarta : PT. Gramedia, 2006.

Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta : PT. Grasindo, Anggota IKAPI, 2007.

Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Mitra Wacana Media, 2016.

Abdurrahman Kasdi, Moerdiyanto, *Pemberdayaan Wakaf Produktif Berbasis Wirausaha*, Yogyakarta : Idea Press Yogyakarta, 2017, Cetakan ketiga.

Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-dasar Penelitian*, Surabaya : Elkaf, 2006.

Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta : Teras, 2009.

- Ai Nur Bayinah, dkk, *Akuntansi Asuransi Syariah*, Jakarta : Salemba Empat, 2017.
- Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah Zakat, Pajak Asuransi Dan Lembaga Keuangan*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2000, Cetakan ketiga.
- AM. Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Pernada Media, 2004.
- DEKS Bank Indonesia dan DES-FEB Unair, *Wakaf: Pengaturan dan Tata Kelola yang Efektif*, Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah bank indonesia, 2016.
- Emzir, *Metedologi Penelitian Kualitatif Analisis data*, Jakarta: Raja Grafindo, 2012.
- Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ekonesia, Yogyakarta: 2003.
- Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Jakarta: Mizan, 2006.
- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Imam Kamaluddin, *Fiqih Wakaf Praktis (Dasar)*, Ponorogo : UNIDA Gontor Press, 2018.
- Itsnaina Lathifah Ridwa, Choirunnisaa Dzikrina, *Generasi Milenial Bicara Zakat dan Wakaf*, Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Kementerian Agama RI, 2019, Cetakan Kedua.
- Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, jilid 1, Jakarta: PT. Perihalindo, 1996.
- Leonard Berry, *Strategi dan Konsep-konsep Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

- Leonardus Saiman, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, Edisi 2.
- Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Strategik pada Asuransi Syariah*, Jakarta: Gramata Publishing, 2015.
- Muhammad Syakir Sula *Asuransi Syariah (Life and general) Konsep dan Sistem Operasional*, Bandung: Gema Insani, 2004.
- Mulhadi, *Dasar-Dasar Hukum Asuransi*, Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, Bandung: Sinar Baru, 1998.
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Jenis-jenis Penelitian*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007.
- Nurul Huda, dkk, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2009, Edisi 13 Jilid 1.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Alih Bahasa*, Jakarta: Prehalindo, 1997.
- Saryono, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2013.
- Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiefli Mansyah, *Manajemen Strategi, Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: LPPEE UI, 1999.

Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004, Ed I.Cet. Ketujuh.

Sugiyono, *Memahami Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2005.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.

Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.

Tim Penyusun Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1997.

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015.

Waldi Nopriansyah, *Asuransi Syariah*, Yogyakarta: Andi, 2016.

Wirduyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media, 2005, edisi pertama, Cetakan ke-3.

## **SKRIPSI**

Arti Damisa, “*Sistem Agency Sebagai Strategi Pemasaran di Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Syariah Cabang Yogyakarta*” Tesis UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2014.

Ferry Budi Firmansyah, “*Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Kinerja Agen Asuransi PT. Asuransi Jiwasraya Kantor Cabang Bandung Timur*”, Program Sarjana Politeknik Negeri Bandung: 2017.

Ibrohim Supriadi, *“Metode Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Terhadap Masyarakat Menengah”*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2017.

Mutiah, *“Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra’ Plus Pada Divisi Syariah AJB BumiPutera”*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2013.

Julia Puji Afrianty, *“Strategi bauran Pemasaran Produk Mitra Iqra’ Plus di AJB Bumiputera 1912*, Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta : 2013.

Noviyarni, *“Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Studi atas PT. Bumi Putera Syariah Cabang Ciputat,”* Program Sarjana UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2011.

Rahmawati Winda, *“Analisis peranan agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah pada ajb bumi putera 1912 syariah kantor cabang semarang,”* Skripsi UIN Walisongo, Semarang : 2015.

Rahmi Fitria, *“Strategi pemasaran tabungan emas pada PT. Pegadaian (Persero) unit syariah simpang benteng payakumbuh”*, Skripsi IAIN Batusangkar: 2019.

Rudiyati Prima, *“Tinjauan Fatwa DSN MUI No 106 Tahun 2016 Terhadap Implementasi Wakaf Manfaat Asuransi dan Manfaat Investasi Di Generali Indonesia,”* Skripsi UIN Sunan Ampel, Surabaya : 2019.

## **JURNAL**

Anna Anisa, dkk. *“Analisis Strategi Pemasaran (Segementing, Targeting, Positioning) Produk Takafulink Salam Wakaf pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bandung,”* Prosiding Hukum Ekonomi Syariah. Vol. 4, No. 2, (Agustus, 2018).

Astuti, et al/Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 4 No. 8 Agustus 2017.

### **PERUSAHAAN**

Handout Generali, Genesis 1: Generali Entrepreneur Success System, PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia, 2016.

### **WEBSITE**

Akuberbagi.com diakses 30 Oktober 2020.

Aplikasi Sahabat Berbagi

<https://www.generali.co.id> diakses tanggal 05 Agustus 2020

<https://www.generali.co.id/id/sekilas-generali-indonesia> diakses tanggal 30 Oktober 2020.

<https://www.generali.co.id/id/solusi-lengkap/asuransi-kesehatan-kumpulan> diakses tanggal 10 November 2020.

<https://www.generali.co.id/id/solusi-lengkap/asuransi-jiwa-berjangka-kumpulan> diakses tanggal 10 November 2020

Redaksi, “Industri Asuransi Syariah Indonesia Masih Tertinggal dari Malaysia”

<http://www.depokpos.com/arsip/2018/05/industri-asuransi-syariah-indonesia-masih-tertinggal-dari-malaysia/> diakses tanggal 5 Agustus 2020

PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia, “iPLAN Syariah: Jadikan Asuransimu Ibadah Abadi”, *Brosur*

[www.takafulumum.co.id](http://www.takafulumum.co.id) diakses tanggal 05 Agustus 2020

## **WAWANCARA**

Agus Ismail, *Wawancara, Zoom Meeting*, 07 November 2020.

Yakin Adhi Negoro, *Materi PPASy, Zoom Meeting*: 10 Agustus 2020.

Yakin Adhi Negoro, *Materi Training Agency Aku Berbagi, Zoom Meeting*: 05 November 2020.

Yakin Adhi Negoro, *Wawancara, Zoom Meeting*, 12 November 2020.

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**



## TRANSKRIPSI WAWANCARA



Nama Informan : Agus Ismail

Tanggal Wawancara : 07 November 2020

Waktu Wawancara : 19:00

Tempat Wawancara : Zoom Meeting

<b>Peneliti / Informan</b>	<b>Materi Wawancara</b>
Peneliti	Kapan dan tahun berapa lahirnya Aku Berbagi?
Informan	<p>Aku Berbagi lahir pada tanggal 18 Desember 2019. Pada tanggal tersebut Aku Berbagi masih dalam rancangan pihak perusahaan. Produk Aku Berbagi baru dipasarkan kemasyarakat umum pada bulan mei 2020. Produk ini terinspirasi dari asuransi <i>lemonade insurance</i> yang ada di Amerika Serikat. <i>Lemonade Insurance</i> asuransi yang memakai digital, kemudian perusahaan ini menyisihkan keuntungannya untuk amal. Dari proses pendaftaran, pembayaran premi hingga klaim perusahaan ini memakai digital.</p>
Peneliti	Apa saja keunggulan produk Aku Berbagi?
Informan	<p>Keunggulan produk Aku Berbagi:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berwakaf dengan sebagian dari jumlah kontribusi untuk mendapat berkah selama hidup dan setelah tutup usia berkah mengalir dan harta terjaga yang disalurkan langsung melalui Dompot Dhuafa, Askar Kauny, Generali THSN &amp; Hope WorldWide Indonesia dan Yayasan Kanker Anak Indonesia.</li> <li>2. Bonus 99 yaitu bonus hidup sehat sebesar manfaat meninggal dunia di usia 99 tahun</li> </ol>

	<p>3. Fasilitas investasi Auto Risk Management System (ARMS).</p> <p>4. Fleksibilitas untuk menentukan target total manfaat asuransi hingga dua kali manfaat meninggal dunia ditambah dengan hasil investasinya.</p>
Peneliti	Apa saja manfaat yang diperoleh oleh peserta ketika Bergabung di Aku Berbagi?
Informan	Manfaat meninggal dunia dan manfaat investasi



Nama Informan : Dr. H. Yakin Adhi Negoro

Tanggal Wawancara : 12 November 2020

Waktu Wawancara : 19:00

Tempat Wawancara : Zoom Meeting

Peneliti / Informan	Materi Wawancara
Peneliti	Syarat apa saja yang harus ditempuh untuk menjadi agen asuransi di Generali Life Syariah Indonesia?
Informan	Memiliki KTP, Mengikuti ujian sertifikasi agen asuransi, Genesis, <i>Gen Clic</i> , <i>Gen Clic Claim</i> dan <i>Gen Clic Personal Website</i>
Peneliti	Apa saja strategi pemasaran Aku Berbagi yang pernah digunakan?
Informan	<p>1. <i>Prospecting</i>  <i>Prospecting</i> adalah proses untuk pengumpulan nama-nama yang berkualitas (prospek ideal) untuk membeli produk di Asuransi Generali. Dari nama-nama yang telah dikumpulkan, maka dapat dipilah untuk dijadikan referensi nama yang akan diprospek. Prospek ideal salah satunya adalah yang bekerja atau punya penghasilan, sehat, mudah ditemui dan punya kebutuhan.</p> <p>2. <i>Approaching</i>  <i>Approaching</i> adalah proses mendekati calon nasabah yang menjadi target kita. <i>Approaching</i> merupakan proses untuk membuat janji temu tetapi bukan untuk menjelaskan suatu produk. Janji temu dapat dilakukan dengan cara menelepon calon nasabah.</p> <p>3. <i>Fact finding</i></p>

	<p><i>Fact finding</i> adalah mencari tahu dengan lengkap kebutuhan nasabah. Seorang agen harus menegaskan kepada nasabah bahwa produk yang dijual adalah produk proteksi.</p> <p>4. <i>Designing</i></p> <p><i>Designing solution</i> adalah membuat proposal atau ilustrasi nasabah sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah.</p> <p>2. <i>After Sales Services</i></p> <p>Setelah menjalankan siklus penjualan, maka inilah saatnya seorang agen untuk membuktikan semua yang telah dipresentasikan saat penjualan. Dengan tetap menjalin hubungan baik dengan para nasabah akan mempermudah kita untuk meminta referensi kepada nasabah.</p>
Peneliti	Apa saja strategi pemasaran Aku Berbagi yang sedang digunakan?
Informan	<p>1. <i>Hunter</i></p> <p><i>Hunter</i> artinya Pemburu atau pencari. Sedangkan dalam strategi pemasaran Aku Berbagi sendiri hunter diartikan sebagai aktivitas <i>agen</i> untuk mengajak orang dengan cara satu persatu atau <i>one by one</i> untuk ikut bergabung di Aku Berbagi.</p> <p>2. <i>Farmer</i></p> <p><i>Farmer</i> artinya tani. Biasanya orang bertani mempunyai kelompok masing-masing. Sedangkan dalam strategi pemasaran Aku Berbagi adalah aktivitas untuk mendekati kelompok atau komunitas untuk mengajak</p>

	<p>mereka dan mengajak anggotanya untuk ikut gabung ke Aku Berbagi.</p> <p>3. Media sosial</p> <p>Media sosial adalah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. menggunakan media sosial sebagai alat promosi Produk Aku Berbagi adalah cara yang simpel dan praktis. Media sosial yang dipilih di antaranya yaitu Facebook, Instagram, dan Youtube.</p>
Peneliti	<p>Apa saja strategi pemasaran Aku Berbagi yang akan digunakan?</p>
Informan	<p>1. Melalui Aplikasi Sahabat Berbagi</p> <p>Media sosial adalah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan berbagi. menggunakan media sosial sebagai alat promosi Produk Aku Berbagi adalah cara yang simpel dan praktis. Dengan adanya media sosial produk Aku berbagi mengembangkan sebuah inovasi aplikasi yang bernama sahabat berbagi.</p> <p>2. Kerja sama dengan lembaga wakaf</p> <p>Diharapkan dengan kerjasama yang dilakukan Aku Berbagi dapat merubah <i>mindset</i> masyarakat bahwa berwakaf itu tidak harus menunggu kaya dan mudah, berwakaf dapat dilakukan dengan memilih produk asuransi Aku Berbagi, yang kemudian apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan atau terjadi risiko terhadap wakif, maka wakaf tersebut masih bisa direalisasikan tanpa harus membebankan kepada anggota keluarga yang lainnya.</p> <p>3. Ujrah/Bonus</p> <p>Selain ujrah yang didapat melalui investasi, Aku Berbagi juga memberikan ujrah kepada peserta yang mengajak teman atau anggota keluarganya untuk ikut bergabung di</p>

	Aku Berbagi.
Peneliti	Apa saja faktor penghambat dan pendorong pemasaran Aku Berbagi?
Informan	<p>Faktor penghambat pemasaran produk Aku Berbagi adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya persaingan produk wakaf manfaat asuransi dan manfaat investasi dengan perusahaan asuransi lain.</li> <li>2. Banyak masyarakat yang masih awam dengan asuransi.</li> <li>3. Banyak masyarakat muslim yang belum mengetahui produk wakaf manfaat asuransi.</li> <li>4. Masyarakat masih beranggapan bahwa wakaf harus menunggu kaya.</li> </ol> <p>Faktor pendorong dalam strategi pemasaran produk Aku Berbagi di PT. Asuransi Generali Life Syariah Indonesia adalah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inovasi produk Aku Berbagi dapat dijadikan pilihan bagi nasabah muslim yang ingin mendapatkan perlindungan jiwa dengan fitur wakaf manfaat asuransi dan wakaf manfaat investasi. Generali bekerja sama dengan Dompot Dhuafa sebagai lembaga wakaf terpercaya dalam menyalurkan wakaf. Berwakaf dengan Aku Berbagi akan disalurkan secara kumulatif per lima tahun secara otomatis disalurkan ke rekening lembaga wakaf.</li> <li>2. Memiliki agen pemasar yang beragama Islam. Dengan begitu pendekatan secara emosional untuk memasarkan produk Aku Berbagi dengan nasabah lebih mudah dilakukan. Dengan begitu agen dapat mendekati nasabah dengan lebih mudah.</li> <li>3. Kerjasama dengan berbagai lembaga.</li> </ol>

## HASIL OBSERVASI



akuberbagi.com



akuberbagi.com merupakan platform digital untuk menyalurkan niat baik masyarakat dalam berwakaf, berdonasi dan berbagi kebaikan lainnya secara online yang penyalurannya **HANYA** kepada lembaga resmi dan terpercaya.

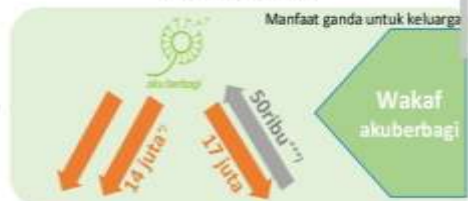


**3M** Modern  
Mudah  
Murah

Platform  
akuberbagi.com

### Ilustrasi Wakaf

Manfaat ganda untuk keluarga





Adapun hasil pencatatan observasi adalah sebagai berikut:

a. Identitas Subjek

Nama : Yakin Adhi Negoro

Jabatan : *Marketing & Communication Group Head*

b. Tujuan Observasi

Untuk mengetahui strategi pemasaran produk Aku Berbagi di PT. Generali Life Syariah Indonesia.

c. Pelaksanaa Observasi

Tanggal : 15 September 2020

Pukul : 14.00 – 16.00

Tempat : PT. Generali Life Syariah Indonesia

d. Hasil Observasi

Observasi yang sudah penulis lakukan yaitu pada tanggal 15 September 2020 di kantor pusat

Generali Life Syariah Indonesia khususnya tentang strategi pemasaran produk Aku Berbagi di PT. Generali Life Syariah Indonesia. Observasi ini bertujuan untuk melakukan pengamatan secara langsung terhadap analisis implementasi strategi pemasaran produk Aku Berbagi pada PT. Generali Life Syariah Indonesia.

## STUDI DOKUMENTASI



**Keterangan:** Kerjasama dengan berbagai lembaga wakaf

## Sahabat Berbagi



Ajak **3** Sahabat  
Dapat **3** Manfaat



Benefit to  
You  
up to  
**8Mio/month**

**Seumur Hidup**



Benefit for  
Family  
up to  
**275Mio**



Benefit for  
Community  
up to  
**225Mio**

Aku Berbagi Merupakan  
produk Asuransi Jiwa Syariah

Jangka Waktu 10 tahun

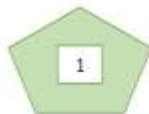
Usia 18 – 60 tahun

Wakaf Manfaat Asuransi\*

Aku berbagi

\*Fatwa MUI : 106/DSN-MUI/X/2016

### Manfaat untuk Diri Sendiri :



1

Komisi Refferensi yaitu sahabat  
berbagi yang memberikan referensi  
untuk bergabung



2

Komisi Pembangun Team yaitu sahabat  
berbagi yang konsisten dalam memberikan  
referensi dalam menyebarkan kebaikan.



3

Komisi Omset Gabungan yaitu dana  
keseluruhan atas sahabat berbagi yang  
bergabung



4

Komisi Bonus Tahun?  
Dana yang akan diterima jika keseluruhan sahabat  
berbagi konsisten dalam melakukan pembayaran premi

Aku berbagi

## Simulasi Manfaat :

Komisi Referensi :

Gatoh

Recruit 100 orang, maka yang akan diperoleh sebesar :

Tahun	Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Komisi bulanan	750.000	250.000	150.000	100.000	50.000

Aku berbagi

## Simulasi Manfaat :

Komisi Kaki Kuat dan Lemah:



No	Jumlah per level	Akumulasi Nasabah	Omset 30.000	Dibayar ke Level 1
1	1	1	50.000	
2	3	4	150.000	1.200
3	9	13	450.000	3.600
4	27	40	1.350.000	10.800
5	81	121	4.050.000	32.400
6	243	364	12.150.000	97.200
7	729	1.093	36.450.000	291.600
8	2.187	3.280	109.350.000	874.800
9	6.561	9.841	328.050.000	2.624.400
10	19.683	29.524	984.150.000	7.873.200

Aku berbagi

## Simulasi Manfaat :

Bonus Tahunan:

Berlaku untuk Sahabat Berbagi yang memiliki Sahabat yang memenuhi syarat:

	Bronze	Silver	Gold	Diamond
Active Member	≥238	≥138	≥98	≥58
	≥10% dari total bonus Tahunan	≥20% dari total bonus Tahunan	≥20% dari total bonus Tahunan	≥10% dari total bonus Tahunan
Premium Collected	>100% dari Target Tahunan	>120% dari Target Tahunan	>120% dari Target Tahunan	>120% dari Target Tahunan
Monthly Direct Recruit	118/Month	238/Month	358/Month	478/Month

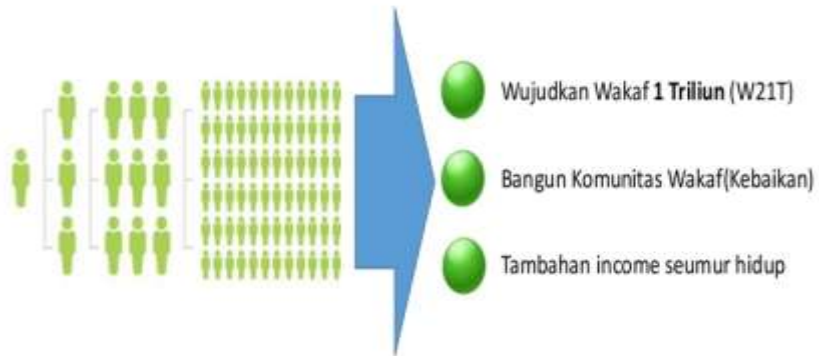
	% of Sahabat Berbagi	Sum of Sahabat berbagi	% Profit Sharing	Profit Sharing Amount (Agas)
Diamond	20	20.000	40%	31.450.000
Gold	10	20.000	25%	9.700.000
Silver	60	120.000	20%	27.000.000
Bronze	100	100.000	15%	43.800.000

**Keterangan:** Manfaat ikut Aku Berbagi

## Sahabat Berbagi



Sahabat Berbagi adalah individu yang mengajak orang lain untuk menyalurkan kebaikan dan mengajak lebih banyak orang untuk melakukan kebaikan.



## Keterangan: Strategi Pemasaran Aku Berbagi

### Pendaftaran Sahabat Berbagi :



**Keterangan:** pendaftaran Aku Berbagi di Aplikasi Sahabat Berbagi