

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Jadi, dapat dikatakan kebutuhan masyarakat muslim Indonesia akan segala sesuatu yang berlandaskan prinsip syariah juga besar. Sehingga hal ini menyebabkan berbagai lembaga keuangan yang mulai beroperasi dengan berprinsipkan syariah, baik dari sektor perbankan, asuransi, pasar modal ataupun lembaga keuangan yanglain.

Adapun asuransi syariah itu sendiri merupakan 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 resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.<sup>1</sup>Jadi, jika dalam asuransi konvensional terjadi *transfer of risk* (memindahkan risiko) dari peserta ke perusahaan, sedangkan dalam asuransi syariah mekanisme pertanggungannya adalah *sharing of risk* atau saling menanggung risiko; di mana perusahaannya hanya sebagai pemegang amanah dalam mengelola dan menginvestasikan dana dari kontribusi peserta, bukan sebagai penanggung.<sup>2</sup>Setiap orang dalam kehidupan ini selalu menghadapi kemungkinan kerugian (risiko) baik

---

<sup>1</sup>Fatwa Dewan Syariah No. 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah

<sup>2</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), hlm. 358

terhadap dirinya sendiri maupun terhadap keluarganya dan harta miliknya. Setiap orang pasti akan mengalami sakit walaupun tidak mengetahui kapan akan sakit. Setiap orang pun pasti akan meninggal walaupun tidak tahu kapan waktunya. Risiko-risiko tersebut ada yang dapat diperkirakan seperti hari tua dan ada yang tidak dapat diperkirakan seperti sakit, mendapat kecelakaan, cacat, atau meninggal. Timbulnya risiko tersebut memerlukan biaya yang cukup besar.<sup>3</sup>Ketika hendak mengibarkan sayap, tentu terdapat hambatan ataupun rintangan dalam proses pengembangan perusahaan asuransi syariah. Tak sedikit tantangan yang dihadapi bagi perusahaan asuransi syariah. Entah tantangan itu berasal dari pihak internal maupun eksternal. Asuransi syariah masih menghadapi tantangan dalam bersaing dengan asuransi konvensional. Tantangan tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh kalangan pelaku usaha asuransi syariah. Di samping itu, pengembangan teknologi informasi asuransi syariah harus ditingkatkan demi mendongkrak pertumbuhan asuransi syariah, mengingat teknologi informasi asuransi lain yang sudah semakin maju. Tantangan berikutnya adalah soal produk inovasi. Seharusnya dari sisi produk, asuransi syariah bisa menjadi pilihan utama dan siap bersaing dengan asuransi konvensional.<sup>4</sup>

Jika melihat keadaan ekonomi sekarang ini tidaklah mudah bagi

---

<sup>3</sup>Herman darmawi, *Manajemen Asuransi* (Jakarta: Bumi aksara, 2004), 166.

<sup>4</sup> “*Ini Tantangan Industri Asuransi Syariah*” Artikel diakses pada tanggal 29 September 2019 pukul 20.25 dari <http://ekbis.sindonews.com/read/969231/34/ini-tantangan-industri-asuransi-syariah-1424923094>

perusahaan asuransi syariah untuk dapat bertahan dan berkembang. Perusahaan asuransi syariah dihadapkan kepada dua jenis lingkungan, seperti internal dan eksternal. Perusahaan asuransi syariah perlu memahami keadaan ataupun kondisi lingkungan internal maupun eksternal agar dapat mengetahui kekuatan ataupun kelemahan yang dimiliki. Selain mengetahui kekuatan dan kelemahan, perusahaan asuransi syariah juga harus mencermati peluang yang ada serta memanfaatkannya agar perusahaan memiliki keunggulan kompetitif.

Perusahaan perlu memutuskan dasar apa yang dipakai bersaing dalam industrinya. Tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, dengan posisi yang menguntungkan terhadap pesaingnya. Derajat keberhasilan yang akan dicapai bergantung pada sifat industri, dan strategi bersaing kompetitif yang dipilih. Porter telah menunjukkan bahwa keunggulan bersaing dapat dikembangkan melalui strategi kepemimpinan harga atau strategi diferensiasi. Jika perusahaan memutuskan untuk mengikuti strategi kepemimpinan harga tujuannya adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang sebanding dengan pesaingnya, tetapi dengan harga yang lebih rendah. Strategi ini akan dimungkinkan, jika perusahaan menginginkan demikian, dengan menetapkan kebijakan harga agresif, sementara tetap mempertahankan *margin* yang lebih besar terhadap para pesaing. Pilihan lain adalah mengikuti strategi diferensiasi. Dalam hal ini tujuannya adalah untuk menyediakan berbagai produk dan jasa yang

berbeda dari pesaingnya.<sup>5</sup>

Semua perusahaan yang berada di dalam industri tertentu saling bersaing untuk menjadi yang terkuat dan menghasilkan keuntungan yang besar di dalam industri tersebut. Semua jenis perusahaan tersebut berusaha lebih unggul dari para pesaingnya atau berusaha untuk mempunyai keunggulan bersaing. Dengan demikian, keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dalam memperoleh rata-rata yang lebih tinggi daripada pesaingnya.<sup>6</sup> Suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif jika ketika perusahaan tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, melakukan sesuatu lebih baik dari perusahaan lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain. Dengan demikian, keunggulan kompetitif menjadi suatu kebutuhan penting bagi sukses jangka panjang dan kelangsungan hidup perusahaan, bahkan organisasi nirlaba (*nonprofit organization*) pun harus mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat membedakan mereka dengan organisasilain.<sup>7</sup>

Memiliki dan menjaga keunggulan kompetitif sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dari suatu organisasi (perusahaan). Mengejar keunggulan kompetitif akan mengarah kepada kesuksesan atau kegagalan organisasi (perusahaan). Umumnya, sebuah perusahaan mampu

---

<sup>5</sup> D.T. Johns dan H.A. Harding, *Manajemen Operasi Untuk Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo, 1996), hlm. 19

<sup>6</sup> Jusuf Udaya dkk., *Manajemen Strategik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 7

<sup>7</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph. D., *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 14

mempertahankan keunggulan kompetitif hanya untuk periode tertentu, karena ditiru pesaing dan melemahnya keunggulan tersebut. Jadi, tidaklah cukup untuk memiliki keunggulan kompetitif. Perusahaan harus berusaha untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*) dengan pertama, secara terus menerus beradaptasi dengan tren dan kejadian eksternal serta kemampuan, kompetensi dan sumber daya internal dan dengan secara efektif memformulasikan mengimplementasi dan mengevaluasi strategi yang mengambil keuntungan dari faktor-faktor tersebut.<sup>8</sup> Maka dari itu perusahaan asuransi syariah menggunakan strategi yang dapat dilakukan dalam menarik minat masyarakat, dari mulai penciptaan, pengembangan ataupun pemasaran produk. Produk yang diciptakan perusahaan asuransi pun beragam, sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekarang ini. Salah satu produk yang dapat menarik minat masyarakat dalam berasuransi adalah produk asuransi jiwa yang biasa disebut dengan produk.

Bisnis asuransi baik syari'ah maupun konvensional semakin berkembang, berbagai sektor kehidupan yang tersentuh di perusahaan asuransi. Seperti kendaraan bermotor, rumah, kesehatan, pendidikan, jiwa dan sebagainya. Dari berbagai perusahaan asuransi ini dan seiring berkembangnya produk yang inovatif, kreatif dan menarik sehingga produk asuransi yang ditawarkan cukup beragam.

Dari sekian banyaknya produk yang ditawarkan oleh perusahaan

---

<sup>8</sup> Fred R. David, *Strategic Management – Concept and Cases*, (Jakarta: Salemba Empat, 2005), Edisi 10, hlm. 11

asuransi syari'ah, asuransi pendidikan merupakan salah satu produk yang cukup banyak diminati dikalangan masyarakat. Dengan ini meningkatnya kesadaran masyarakat atas pendidikan, mengingat adanya kebutuhan bagi orang tua di indonesia yang ingin menyiapkan pendidikan dengan kualitas yang baik bagi anak-anaknya. Karena pendidikan sangat penting bagi segala bidang kehidupan. Tidak dipungkiri bahwa biaya pendidikan hari ini semakin meningkat. Oleh karena itu kemampuan yang lebih adalah menjadi suatu keharusan bila anak ingin berkompetisi di dunia kerja yang semakin kompetitif. Maka dari itu biaya pendidikan yang kali ini semakin meningkat membuat masyarakat mencari alternatif pembiayaan bagi pendidikan anak-anaknya pada masa mendatang.

Asuransi pendidikan merupakan solusi bagi masyarakat sebagai alternatif pembiayaan pendidikan. Perusahaan asuransi sebagai media perantara menyediakan produk asuransi pendidikan, juga semakin bersemangat mempromosikan produk-produknya. Tampaknya, perusahaan asuransi melihat peluang untuk menjual produk asuransi syari'ah pendidikan semakin besar khususnya dikalangan masyarakat menengah. Masyarakat menjadi pasar potensial, sebab masyarakat menengah semakin menyadari pentingnya arti pendidikan bagi anak-anak. Di sisi lain, mereka menyadari akan semakin beratnya biaya pendidikan pada masa mendatang karena itulah, asuransi pendidikan menjadi alternatif bagi masyarakat menengah untuk membiayai pendidikan anak-anaknya pada masa yang akan datang.

Banyaknya perusahaan-perusahaan peransuransian yang menawarkan produk asuransi pendidikan yang menimbulkan persaingan antara perusahaan dalam menarik minat masyarakat khususnya orang tua. Salah satunya sebagai contoh PT. AJS Bumiputera 1912. Oleh karena itu, perusahaan asuransi harus memberikan berbagai macam produk yang mempunyai kelebihan dan keunggulan tersendiri dibanding dengan produk pesaing guna mencapai kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam. Dalam bentuk skripsi dengan judul **"ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DALAM MERAH KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA PRODUK MITRA IQRA PLUS (STUDI KASUS PT.AJS BUMIPUTERA 1912 CABANG SERANG)"**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka penulis

mengidentifikasi permasalahan yang muncul, diantaranya:

- 1) Perusahaan yang akan diteliti yaitu PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Serang
- 2) Karakteristik produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912
- 3) Jenis investasi produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912

- 4) Mekanisme pengelolaan produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912
- 5) Kinerja investasi produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912
- 6) Manajemen strategi dalam meraih keunggulan kompetitif pada *Mitra Iqra Plus* PT. AJS Bumiputera 1912
- 7) Bentuk keunggulan kompetitif produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912

### **C. Batasan Masalah**

Dalam penulisan skripsi ini, untuk menjaga agar skripsi ini agar tetap fokus, maka penulisan perlu membuat pembatasan-pembatasan, permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Mekanisme pengelolaan produk *Mitra Iqra Plus*
2. Manajemen strategi dalam meraih keunggulan kompetitif pada produk *Mitra Iqra Plus* Bentuk keunggulan produk mitra iqra plus
3. Tempat penelitian diperusahaan asuransi PT. AJS Bumiputera 1912

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka dapatlah dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Bagaimana strategi dalam meraih keunggulan kompetitif produk *Mitra Iqra Plus* pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 ?



2. Bagaimana bentuk keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam suatu penelitian, peneliti tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tersebut. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis strategi yang diterapkan perusahaan asuransi PT AJS Bumiputera 1912 dalam memasarkan produk *Mitra Iqra Plus* demi menarik minat masyarakat dalam ber asuransi.
2. Untuk menganalisis bentuk keunggulan kompetitif produk *Mitra Iqra Plus* yang dimiliki oleh perusahaan asuransi PT. AJS BumiPutera 1912

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan bisa di ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Akademisi :

Dapat memberikan informasi lebih mendalam kepada para civitas akademika mengenai bentuk-bentuk keunggulan kompetitif pada produk *Mitra Iqra Plus* yang ada dalam perusahaan asuransi PT Asuransi Jiwa Syaria'ah Bumi Putra Muda 1912.

2. Bagi Perusahaan :

Sebagai masukan, saran dan acuan dalam mengembangkan produk dan terus menciptakan produk yang mampu bersaing dengan perusahaan asuransi Syariah lainnya.

3. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat melihat hasil penelitian ini sebagai informasi yang bermanfaat dan dapat digunakan untuk kepentingan pembaca.

### **G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan**

1. Hifi Saniatusilma, Program Studi S1 Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga telah menulis jurnal yang berjudul **“Manajemen Risiko Dana Tabarru’ PT Asuransi Jiwa Syariah Al- Amin”**, pada Jurnal JESIT Vol. 2 No. 12 Desember 2015. Jurnal ini membahas tentang manajemen risiko dana tabarru’ pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin. Adapun hasil dari penelitian ini berupa tahapan dalam manajemen risiko, diantaranya adalah meninjau dari pemanfaatan dana tabarru’ terdapat empat potensi yakni risiko klaim beban, risiko investasi, risiko likuiditas, serta risiko kegagalan reasuradur; rangking risiko didasarkan pada kompleksitas dan dampak yang ditimbulkan; serta menetapkan retensi sebesar 20%.

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan yaitu tentang manajemen pada asuransi syariah. Namun terdapat perbedaan dalam fokus penelitian. Pada penelitian ini lebih memfokuskan tentang produk mitra iqra plus. Terdapat juga perbedaan

dalam hal subjek penelitian, karena yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah PT. AJB Bumi Putera 1912.

2. Abung Fayshal dan Henny Medyawati, Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Gunadarma telah menulis jurnal yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok”**, pada Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko Volume 1, Nomor 2, September 2013. Jurnal ini berisikan tentang analisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Syariah. Adapun hasil dari penelitian ini adalah bahwa AJB Bumiputera Syariah menerapkan strategi bauran pemasaran yang terdiri dari empat P (4P) yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*place*). Berdasarkan hasil dari penelitian, bahwa dari keempat elemen bauran pemasaran, promosi lebih mendapatkan prioritas dibandingkan dengan aspek pembauran pemasaran lainnya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan yaitu strategi. Namun terdapat perbedaan dalam fokus penelitian. Pada penelitian ini lebih memfokuskan tentang strategi pada produk mitra iqra plus. Terdapat juga perbedaan dalam hal subjek penelitian, karena yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah PT. AJB Bumi Putera 1912.

3. Ni Luh Juliantari, I Wayan Sumarjaya, I Nyoman Widana, telah menulis jurnal yang berjudul **“Premi Tunggal Asuransi Jiwa Seumur Hidup Unit-Link Dengan Garansi Minimum dan Nilai Cap Menggunakan Metode Point to Point”** Jurusan Matematika,

pada E-Jurnal Matematika Vol. 6 (1) Januari 2017, pp22-28. Jurnal ini membahas tentang perhitungan rumus premi tunggal bersih asuransi jiwa seumur hidup *unit-link* dengan garansi minimum dan nilai *cap* menggunakan metode *point to point*. Hasil perhitungan ini dapat memberikan gambaran kepada calon tertanggung besarnya premi yang harus dibayarkan apabila ingin mengikuti asuransi jiwa seumur hidup *unit-link*. Pada penelitian ini pembayaran manfaat dilakukan pada akhir tahun kematian tertanggung (waktu diskrit), sehingga diperlukan pembahasan lebih lanjut untuk pembayaran manfaat pada saat kematian tertanggung (waktu kontinu).

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari segi pembahasan yaitu tentang asuransi jiwa. Namun terdapat perbedaan dalam fokus penelitian. Pada penelitian ini lebih memfokuskan tentang manajemen strategi dalam meraih keunggulan kompetitif pada produk mitra iqra plus. Namun terdapat perbedaan dalam fokus penelitian. Pada penelitian ini lebih memfokuskan tentang strategi pada produk *unit-link*. Terdapat juga perbedaan dalam hal subjek penelitian, karena yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah PT. AJB Bumi Putera 1912.

## **H. Kerangka Teori dan Konseptual**

### **1. Kerangka Teori**

#### **a) Manajemen Strategi**

Manajemen strategi terdiri dari analisis, keputusan dan aksi yang

diambil dari organisasi untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Maka, inti dari manajemen strategi adalah mempelajari upaya perusahaan untuk mampu mempunyai kinerja yang dapat mengungguli perusahaan yang lain. Dengan kata lain, perusahaan mampu menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang tidak hanya unik dan bernilai, tetapi juga sulit ditiru para pesaing.<sup>9</sup>Dalam hal ini strategi (*strategy*) dipahami bukan hanya sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan (*ways to achieve ends*) melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri.<sup>10</sup>

b) Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*)

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menformulasikan strategi pencapaian peluang profit melalui maksimisasi penerimaan dari investasi yang dilakukan. Keunggulan kompetitif adalah hasil (*output*) dari proses sistematis dan sah (*legal*) untuk mendapatkan dan menganalisa informasi mengenai pesaing bisnis yang telah ada potensial.<sup>11</sup>Dimana keunggulan kompetitif ini merupakan kunci utama dalam manajemen strategi. Perusahaan harus memiliki strategi yang dapat menarik minat masyarakat dalam berasuransi dan menggunakan produk yang telah diciptakan oleh perusahaan asuransi.

---

<sup>9</sup>Mudrajad Kuncoro, Ph. D., *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 7 – 8

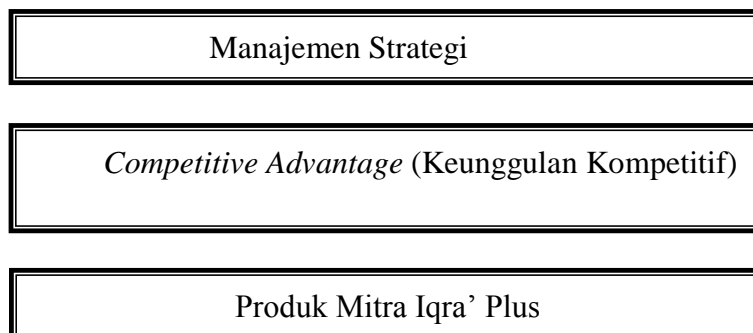
<sup>10</sup>Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 64

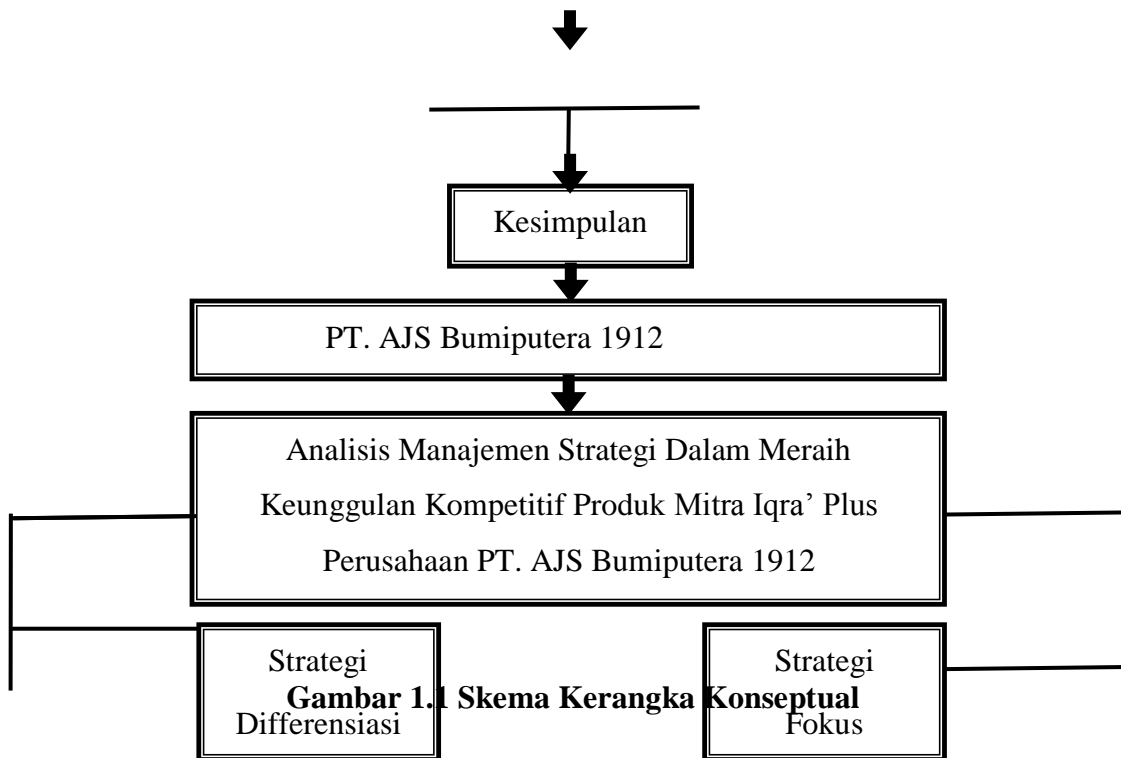
<sup>11</sup>Michael Porter, *Competitive Advantage “Keunggulan Bersaing”*, (Jakarta: Karisma Publishing Group, 2008), hlm. 25

c) Produk Asuransi Mitra Iqra' Plus

Mitra Iqra' Plus merupakan produk asuransi syari'ah yang dikeluarkan oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Divisi Syari'ah untuk membiayai perlindungan dan pendidikan anak, mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Dengan adanya produk Mitra Iqra' Plus ini, maka akan dapat membantu para orang tua dalam merencanakan pendidikan anaknya. Unsur proteksi (asuransi) juga membuat para orang tua merasa tenteram jika suatu saat musibah kematian menimpa mereka, karena pendidikan akan ditanggung sepenuhnya oleh PT. AJS Bumiputera 1912. Premi produk asuransi Mitra Iqra' Plus terdiri dari premi tabungan, premi *tabarru'* dan premi biaya.

2. Kerangka Konseptual





**Gambar 1.1 Skema Kerangka Konseptual**

## I. Metode Penelitian

### 1) Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah metode deskriptif. Data yang dihasilkan berupa data kualitatif yang dikembangkan dengan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian atas suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan objek yang diteliti.<sup>12</sup> Penelitian analitis yang ditujukan untuk meneliti secara terperinci suatu aktifitas kejadian, dan hasil dari penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk keperluan di masa

<sup>12</sup>Ronny Kountur, *Metode Penelitian: Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2005), Cet. Ke-3, hlm. 105

yang akan datang.<sup>13</sup>

Penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan karakteristik variabel yang berkenaan dengan fenomena yang diteliti dalam suatu situasi.<sup>14</sup> Metode deskriptif ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana manajemen strategi yang digunakan oleh perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 dalam meraih keunggulan kompetitif pada produk Mitra Iqra' Plus

## 2) Jenis Data dan Sumber Data

Dalam menyusun penulisan penelitian ini, penulis menggunakan 2 jenis sumber data, adapun di antaranya sebagai berikut:

### a) Data Primer

Adapun data primer ini merupakan data yang berasal dari sumber utama atau sumber asli.<sup>15</sup> Adapun data primer ini didapatkan secara langsung dari perusahaan asuransi yang menjadi subjek penelitian, seperti PT. AJS Bumiputera 1912

### b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur- literatur kepustakaan seperti buku, majalah, artikel, media tulis, serta media elektronik yang berkaitan dengan tema

---

<sup>13</sup>Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), hlm. 154

<sup>14</sup>Mardalis, *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 26

<sup>15</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 122



penulisan penelitian ini.

### 3) Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan yang akan diteliti. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### a. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah salah satu alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif.<sup>16</sup> Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.<sup>17</sup> Cara ini dilakukan demi memperoleh data guna menunjang informasi yang diperlukan dalam menyusun penelitian ini. Adapun dalam teknik dalam pengumpulan data ini, peneliti akan melakukan wawancara terarah secara langsung, konsultasi dan penjelasan dengan pihak yang berkaitan terhadap beberapa orang yang dapat memberikan informasi terkait dengan tema penelitian ini.

#### b. Studi Dokumenter

Data yang akan dikumpulkan dalam teknik ini adalah

---

<sup>16</sup>Samiaji Sarosa, *Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar*, (Jakarta: PT Indeks, 2012), hlm. 45

<sup>17</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), Cet. Ke-1, hlm. 118

macam- macam jenis dan penjelasan lebih mendalam tentang produk mitra iqra' plus yang ada pada perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912.

#### 4) Teknik Analisis Data

Dalam penulisan penelitian ini, data yang terkumpul akan dianalisis dengan cara menelaah data yang sudah diperoleh dari berbagai sumber sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai beberapa bentuk keunggulan kompetitif yang akan diperoleh dari wawancara dan data perkembangan dari saluran distribusi PT. AJS Bumiputera 1912 yang diperoleh kemudian menganalisa data tersebut yang selanjutnya diuraikan dalam bentuk kalimat. Kemudian, ditarik sebuah kesimpulan serta saran-saran berdasarkan hasil pembahasan.

### J. Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang terarah dan sesuai dengan kaidah penelitian, maka sistematika tulisan ini disusun sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN : Bab ini memuat Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Review Studi Terdahulu, Kerangka Teori dan Konseptual, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.**

**BAB II LANDASAN TEORI : Bab ini membahas teori yang berkaitan serta berhubungan dengan penelitian ini, yang meliputi manajemen strategi, keunggulan kompetitif, asuransi syariah serta asuransi jiwa syari'ah mitra iqra plus.**

**BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN: Bab ini membahas gambaran umum mengenai profil perusahaan, visi misi, struktur organisasi serta produk yang dimiliki oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang**

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA : Bab ini akan menjelaskan tentang manajemen strategi yang digunakan oleh perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang dalam meraih keunggulan kompetitif, dan analisis mengenai keunggulan produk *Mitra Iqra Plus* yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.**

**BAB V PENUTUP : Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya serta saran yang dapat penulis sampaikan pada penelitian skripsi ini.**

