

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Afnan, dkk., “Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado”, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 8, No. 1, 2019.
- Amaliya, Elmy Nor, “Analisis Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Produk Pembiayaan di KSPPS BMT Anda Cabang Salatiga”, Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2018.
- Anggraini, Fitriyah, “Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Pemasaran di PT. Nur Ramadhan Wisata Surabaya”, Skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Anjelisa, dkk., “Analisis Pengaruh Strategi Segmentasi, Targeting, dan Positioning (STP) Terhadap Keputusan Pembelian Produk BP-Smart di AJB Bumiputera 1912 Cabang Sam Ratulangi Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 6, No. 4, 2018.
- Bayinah, Ai Nur, dkk., *Akutansi Asuransi Syariah*, Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2017
- Budio, Sesra, “Strategi Manajemen Sekolah”, *Jurnal MENATA*, Vol. 2, No. 2, 2019.
- DSN-MUI, No 21/DSN-MUI/X/2001, *Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah*
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, Sleman: Deepublish, 2019.
- Fitriah, “Implementasi Akad Mudharabah Pada Asuransi Bumiputera Kantor Pemasaran Syariah Serang”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018.

http://ajb.bumiputera.com/pages/default/our_company/companyprofile/0

<http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/produk/asuransi-jiwa-perorangan/mitra-iqra-plus/>

<http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/penghargaan/>

<http://bumiputerasyariah.co.id/AJSB/tentang-kami-2/profil-kami/#>

[https://id.wikipedia.org/wiki/Bumiputera_1912,](https://id.wikipedia.org/wiki/Bumiputera_1912)

<https://kbbi.web.id/implementasi>

<https://lifepal.co.id/media/asuransi-syariah-di-indonesia/>

<https://www.lovia.life/id/11-daftar-perusahaan-asuransi-syariah-terbaik-di-indonesia-informasinya-lengkap/>

<https://quran-id.com>

<https://serangkota.bps.go.id/indicator/12/30/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

<https://serangkota.bps.go.id/indicator/153/35/1/luas-wilayah-kota-serang-berdasarkan-kecamatan.html>

<https://www.youtube.com/watch?>

Ismail, *Manajemen Strategis Sektor Publik*, Jawa Timur: CV Penerbit Qiara Media, 2020.

Lushinta, Aisa Diaz Adhe, dkk., “Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning Untuk Merumuskan Strategi Pemasaran Global Pada UKM Kacang Mede “Bawang Mas” Surabaya”, *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No. 2, 2019.

Mahmudah, Fitri Nur, *Analisis Data Kualitatif*, Yogyakarta: UAD PRESS, 2021.

- Mamik, *Metodologi Kualitatif*, Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014.
- Maulana, Huda dan Soepatini, *Segmenting Targeting Positioning*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2021.
- Mukhsinun dan Utihati Fursotun, “Dasar Hukum dan Prinsip Asuransi Syariah di Indonesia”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol. 2, No. 1, 2018.
- Ningsih, Feby Yulia, “Pengaruh Penerapan Strategi Segmenting, Targeting, dan Positioning Terhadap Pembiayaan Mikro Pada PT. BRI Syariah KCP Muara Bungo”, *Jurnal ISTIKHLAF*, Vol. 2, No. 2, 2020.
- Nurlia, “Pengaruh Struktur Organisasi Terhadap Pengukuran Kualitas Pelayanan (Perbandingan Antara Ekspektasi/ Harapan Dengan Hasil Kerja)”, *Jurnal Meraja*, Vol. 2, No. 2, 2019.
- Precyilia, dkk., “Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamika Multifinance Tbk Cabang Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol. 2, No. 3, 2014.
- Rahmawati, *Manajemen Pemasaran*, Samarinda: Mulawarman University Press, 2016.
- Rosidah, Nur Hidayati, “Asuransi Konvensional dan Asuransi Syariah”, *Jurnal Mahasiswa*.
- Rukajat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta: Deepublish, 2012.
- Saleh, Muhammad Yusuf dan Miah Said, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV Sah Media, 2019.
- Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*, Malang: UB Press, 2011.
- Sumarwan, Ujang, *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Bogor: IPB Press, 2016.

- Suripto, Teguh dan Abdullah Salam, “Analisa Penerapan Prinsip Syariah Dalam Asuransi”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 7, No. 2, 2017.
- Tanama, Budi Rahayu, *Manajemen Pemasaran*, Bali: Udayana Press, 2017.
- Tho'in, Muhammad dan Anik, “Aspek-Aspek Syariah Dalam Asuransi Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 1, No. 1, 2015.
- Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, Sleman: Deepublish, 2019.
- Widjaya, Pieter Gunawan, “Analisis Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix Pada PT Murni Jaya”, *Jurnal AGORA*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Wijaya, Hari dan Hani Sirine, “Strategi Segmenting, Targeting, Potioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap”, *Jurnal AJIE*, Vol. 1, No. 3, 2016.
- Yulianti, Farida, dkk., *Manajemen Pemasaran*, Sleman: Deepublish, 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Transkrip Hasil Wawancara antara Peneliti (P) dan Informan (I)

Nama Informan : Dewi Kurniati

Usia : 43 tahun

Jabatan : KUAk PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang

Serang

Hari/ Tanggal : Senin/ 17 Januari 2022

Tempat/Waktu : Kantor AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang

Ket.	Hasil Wawancara tentang <i>Segmenting</i>
P	Assalamualaikum, bu. Nama saya Rizki, saya adalah mahasiswi dari UIN yang sedang ingin melakukan penelitian skripsi di perusahaan ibu. Apakah boleh meminta waktu ibu sebentar untuk saya wawancarai?
I	Waalaiakumsalam. Wawancaranya tentang apa ya mbak?
P	Tentang “Implementasi Strategi <i>Segmenting</i> , <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> pada Produk Mitra Iqra’ Plus di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Cabang Serang”, bu.
I	Oh, iya bisa kalau tentang itu. Apa saja yang ingin ditanyakan mbak?
P	Baik bu, terimakasih sebelumnya. Jadi begini bu, produk apakah yang menjadi produk unggulan di PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang?
I	Kalau produk unggulan disini sih Mitra Iqra’ Plus ya mbak. Soalnya jumlah nasabahnya paling banyak kalau dibandingkan dengan jumlah nasabah produk lain, statistik penambahan nasabahnya juga relatif naik setiap tahunnya.
P	Apakah salah satu faktor yang mempengaruhi penambahan nasabah pada produk Mitra Iqra’ Plus adalah karena implementasi <i>segmenting</i> , <i>targeting</i> , dan <i>positioning</i> pada produk tersebut?

I	Iya tentu saja mbak, karena penerapan strategi-strategi tersebut tujuannya memang untuk itu.
P	Baik, bu. Kemudian, bagaimanakah penerapan segmentasi pasar yang dilakukan pada produk Mitra Iqra' Plus?
I	Segmentasinya kita menggunakan semua aspek segmentasi yang ada, karena supaya hasilnya lebih maksimal.
P	Baik bu, kalau begitu berarti segmentasinya menggunakan ke empat pola segmentasi itu ya bu. Apakah ibu bisa menjelaskan bagaimana implementasi dari masing-masing pola tersebut?
I	Oke, mau mulai dari segmentasi yang mana dulu?
P	Mungkin bisa dari segmentasi geografis, demografis, psikografis, dan terakhir perilaku bu.
I	Kalau segmentasi geografis berarti kan berdasarkan wilayah. Kalau segmentasi geografis Mitra Iqra' Plus disini fokus utamanya tentunya untuk masyarakat di kota Serang dan sekitarnya saja, tapi karena di Banten untuk kantor cabang bumiputera syariah itu baru ada di dua daerah yaitu Serang dan Tangerang, maka dari itu kantor disini juga menaungi nasabah yang berasal dari sekitar Cilegon, Lebak, dan Pandeglang juga. Tapi yang paling potensial ya di Serang mbak, karena di sekitar kantor sini kan banyak dekat dengan sekolah dan kampus.
P	Oh baik, jadi begitu ya bu. Kemudian segmentasi demografis yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, penghasilan, pendidikan, agama, dan suku, bagaimana bu?
I	Pemegang polis Mitra Iqra' Plus harus berumur minimal 15 tahun dan maksimal 62 tahun, 15 tahun dipilih karena sekarang banyak yang sudah menikah di usia muda, kalau 62 tahun dipilih karena usia tersebut sudah mendekati atau bahkan memasuki usia pensiun. Untuk jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, dan suku semuanya bisa, tidak ada batasan. Namun untuk penghasilan, kita mengklasifikasikan menjadi 3 kelompok, yaitu minimal dibawah 10 juta/bulan, antara 10-100 juta/bulan, dan diatas 100 juta/bulan.
P	Baik, bu. Segmentasi psikografis yang terdiri dari kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadiannya bagaimana bu?
I	Kelas sosial dan gaya hidup masih ada hubungannya dengan penghasilan tadi ya mbak. Kalau pendapatan diatas 100

	juta/bulan berarti itu kalangan atas dengan gaya hidup mewah. Kalau pendapatan antara 10-100 juta/bulan itu kelas sosial kalangan menengah. Dan kalau pendapatan dibawah 10 juta/bulan itu kelas sosial kalangan bawah dengan gaya hidup sederhana. Kemudian untuk kepribadian, kita menyukai nasabah yang bisa mudah memahami produk dan bisa beradaptasi jika suatu saat ada perubahan atau perkembangan dari produk tersebut.
P	Yang terakhir, segmentasi perilakunya yang terdiri dari manfaat yang dicari, status pengguna, loyalitas pengguna, tingkat penggunaan, dan sikap terhadap produknya bagaimana bu?
I	Tentunya kita mencari nasabah yang menginginkan manfaat dari asuransi pendidikan, manfaat yang diinginkan bisa dari aspek harga, kualitas, atau pelayanannya. Kemudian, untuk status pengguna bisa dari nasabah lama dalam artian sudah terlebih dahulu menjadi peserta di produk lain, ataupun nasabah baru. Nasabah lama juga bisa membantu merekomendasikan produk kepada orang lain. Mitra Iqra' Plus ini ditujukan untuk nasabah yang memiliki loyalitas tinggi, karena produk ini kan produk untuk jangka panjang yang klaimnya tidak bisa cair di sembarang waktu. Kemudian juga kita menyasar nasabah yang di dalam dirinya menanamkan bahwa asuransi pendidikan adalah sebuah kebutuhan, sehingga dengan prinsip tersebut, nasabah bisa lebih bersikap positif terhadap produk.

Ket.	Hasil Wawancara tentang <i>Targeting</i>
P	Berapa target pendapatan kontribusi yang harus dicapai oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang dalam penjualan produk Mitra Iqra' Plus?
I	Kontribusi dibayarnya kan triwulan, jadi target kita untuk jumlah pendapatan kontribusi itu minimalnya ya sekitar 1 miliar lah per tiga bulan mbak. Berarti kalau dihitung setahun itu sekitar kurang lebih 4 miliar.
P	Baik, bu. Lalu, untuk mencapai target tersebut, bagaimana penerapan <i>targeting</i> yang dilakukan pada produk Mitra Iqra' Plus?

I	Untuk <i>targeting</i> kita memilih beberapa segmen dari segmentasi pasar yang sudah saya jelaskan tadi. Segmen yang kita jadikan target yaitu segmen geografis dan segmen demografis.
P	Mungkin bisa dijelaskan bu, mengapa perusahaan memilih segmen-segmen tersebut untuk dijadikan target?
I	Segmen geografis dipilih karena perusahaan kita kan adanya di kota Serang, jadinya nasabah yang paling potensial tentunya nasabah yang di kota Serang juga. Kemudian, disini banyak sekolah dan kampus, relevan dengan tujuan produk Mitra Iqra' Plus sebagai produk asuransi pendidikan. Selanjutnya untuk segmen demografis, kita fokuskan pada usia dan pendapatan nasabah. Karena asuransi pada dasarnya adalah bisnis yang berkaitan dengan uang, jadi pada usia tersebut dinilai sebagai usia yang produktif sehingga mereka bisa bekerja, kemudian mereka mendapatkan penghasilan, dan penghasilan itu lah yang nantinya digunakan untuk membayar kontribusi.
P	Kriteria seperti apa yang dipertimbangkan oleh perusahaan dalam pemilihan <i>targeting</i> bu?
I	Yang pertama, tentunya kita menargetkan nasabah yang responsif, maka dari itu usia 15-62 tahun dipilih, karena pada usia tersebut seseorang dirasa sudah cukup dewasa untuk dapat memberikan respon terhadap apa yang mereka pilih. Kemudian, kita menargetkan nasabah yang dapat menaikkan potensi penjualan, segmen usia dan pendapatan tersebut dinilai mampu menaikkan potensi penjualan karena saling berhubungan. Kemudian usia produktif terus bertambah setiap tahunnya, maka dari itu kebutuhan akan asuransi pendidikan juga diharapkan dapat tumbuh setiap tahunnya.
P	Kemudian, media apa yang disediakan oleh perusahaan untuk mencapai target tersebut?
I	Kita melakukan promosi melalui agen, seminar, brosur, dan website.
P	Baik bu, dari penjelasan ibu tadi dapat saya simpulkan kalau <i>targeting</i> pada produk Mitra Iqra' Plus menggunakan pola penentuan pasar sasaran ekstensif ya bu?
I	Iya mbak. Kita menargetkan penjualan pada nasabah yang paling dominan saja, supaya bisa langsung mendapatkan target yang diinginkan.

Ket.	Hasil Wawancara tentang <i>Positioning</i>
P	Posisi seperti apa yang diharapkan oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang pada produk Mitra Iqra' Plus?
I	Tentunya kita ingin Mitra Iqra' Plus agar bisa menjadi produk unggulan yang mudah, aman, dan berkah untuk merencanakan tersedianya dana pendidikan masa depan putra atau putri tercinta.
P	Bagaimana penerapan <i>positioning</i> yang dilakukan pada produk Mitra Iqra' Plus agar bisa mencapai posisi yang diinginkan?
I	Kita mengunggulkan produk dari segi manfaat, harga, kualitas dan pesaing sih mbak. Selebihnya ya kita menjaga hubungan baik saja dengan nasabah dengan salah satunya jangan sampai gagal membayar klaim.
P	Baik bu. Mungkin bisa dijelaskan keunggulan dari masing-masing aspek tersebut?
I	Dari segi manfaat, produk Mitra Iqra' Plus dapat digunakan untuk memberikan proteksi atas biaya pendidikan, kemudian di dalamnya juga ada investasinya, dan dijalankannya juga sesuai dengan prinsip syariah. Kalau untuk harga dan kualitas, produk ini memiliki harga kontribusi yang terjangkau tapi kualitasnya dapat diandalkan, karena manfaat awal dengan pembayaran kontribusi minimalnya saja bisa mencapai 5 juta rupiah. Kemudian dari segi pesaing, harga produk kami lebih terjangkau jika dibandingkan dengan contohnya produk Takafulnadi milik PT. Takaful Keluarga, kemudian juga setahu saya untuk pengurusan surat-surat di perusahaan lain harus ke kantor pusatnya, sedangkan di PT. AJS Bumiputera bisa dilakukan di kantor cabang, sehingga lebih cepat.
P	Bagaimana langkah-langkah yang dilakukan oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang dalam menetapkan <i>positioning</i> produk Mitra Iqra' Plus?
I	Pertama, kita mengidentifikasi terlebih dahulu apa saja yang bisa dijadikan keunggulan untuk bersaing. Mulai dari identifikasi untuk menentukan keunggulan pada produk, kemudian pada jasa yang harus mengedepankan pelayanan yang ramah, cepat, tepat, dan benar. Selanjutnya untuk

	<p>pegawai juga kita rekrut sesuai prosedur dan jika sudah diterima nantinya kita berikan <i>training</i>. Kita berusaha menciptakan reputasi bahwa perusahaan kita adalah perusahaan yang memiliki pelayanan baik dan situasi kerja yang kekeluargaan. Dari semua itu, kemudian kita pilih mana yang paling tepat untuk dijadikan strategi bersaing, lalu kemudian kita mengkomunikasikan <i>positioning</i> yang diinginkan melalui media promosi yang kita miliki.</p>
P	<p>Apakah dengan menerapkan <i>segmenting</i>, <i>targeting</i>, dan <i>positioning</i> dengan cara-cara tersebut telah berhasil membuat PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang mencapai tujuan dalam penjualan produk Mitra Iqra' Plus?</p>
I	<p>Sejauh ini sih sudah cukup berhasil.</p>
P	<p>Apakah ada hambatan yang dialami dalam implementasi <i>segmenting</i>, <i>targeting</i>, dan <i>positioning</i> pada produk Mitra Iqra' Plus?</p>
I	<p>Hambatannya ya paling karena adanya pandemi ini sih mbak, jadinya jumlah nasabah turun. Hambatan lainnya ya paling dari faktor masih banyak masyarakat yang belum tahu tentang asuransi syariah.</p>
P	<p>Lalu, bagaimana cara yang dilakukan oleh PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang dalam menghadapi hambatan-hambatan tersebut?</p>
I	<p>Ya perusahaan terus berusaha meningkatkan promosi, mengadakan seminar dengan bekerjasama dengan instansi. Kemudian juga membuka konsultasi via online, sehingga nasabah tidak perlu ke kantor.</p>
P	<p>Baik bu, sepertinya informasinya sudah cukup. Terimakasih banyak atas waktunya.</p>
I	<p>Iya mbak sama-sama, semoga dapat membantu.</p>

Dokumentasi Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jenderal Sudirman Nomor 30 Serang 42118 ☎ (0254) 200323 Fax. 200022
website: www.uinbanten.ac.id

Nomor : 356/Un.17/F.V.J.3/PP.009/11/2021

Serang, 24 November 2021

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Permohonan Data Penelitian

Kepada Yth,
**Pimpinan PT Asuransi Jiwa Syariah
Bumiputera 1912 Cabang Serang**
di
Tempat

Assalamu`alaikum Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan, semoga Bapak/Ibu dapat melaksanakan tugas dengan baik dan sukses dalam menjalankan aktivitas keseharian, serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Amin.

Selanjutnya, Berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor: 446 Tahun 2017 tentang pedoman Akademik, khususnya mengatur mengenai penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan, kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan data atau informasi dalam rangka penyusunan dan penulisan skripsi tersebut.

Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah "**Implementasi Strategi Segmenting Targeting dan Positioning pada Produk Mitra Iqra' Plus di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera 1912 Cabang Serang**" yang akan dibahas oleh:

Nama : Rizki Febri Utami
NIM : 181430005
Jurusan : Asuransi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.



Nihayatul Maskuroh /



Observasi dan Wawancara yang dilakukan Peneliti

Corporate Culture

>> *Cepat*
>> *Terukur*
>> *Fokus pada pencapaian target*

VISI

Menjadi Perusahaan Asuransi jiwa Syariah Berkualitas Kelas Dunia (World Class Business) Berbasis Sharia Frame work Governance (SFG) dan Good Corporate Governance (GCG).

Corporate Value

Integrity
Competency
Trustworthy

Profil :

PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera awalnya adalah Unit Usaha Syariah UUS AJB Bumiputera 1912 yang beroperasi berdasarkan Surat Izin dari DSN MUI Nomor-135/DSN-MUI/VI/2002 tertanggal 26 Juni 2002 dan diperkuat dengan Kep. Menkeu RI. No. Kep-268/KM.8/2002 tanggal 7 November 2002. Pada waktu itu, Ketua Dewan Pengawas Syariah UUS AJB Bumiputera 1912 adalah DR. KH. Sahai Mahfid.

Pada 2002, UUS AJB Bumiputera 1912 ini baru memiliki satu kantor cabang syariah berlokasi di Jl. Wolter Monginidi Jakarta Selatan. Kantor cabang ini membawahi dua belas kantor Operasional di JABODETABEK dan Yogyakarta.

Pada tahun 2016 setelah 14 tahun beroperasi, UUS AJB Bumiputera 1912 mendapatkan izin operasional dari OJK (Kep-74/D.05/2006 tertanggal 5 September 2016) untuk berdiri sendiri menjadi entitas baru bernama PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.

Kini PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera telah berkembang dan memiliki 49 Kantor Pemasaran dan Pelayanan Asuransi Syariah (KPPAS) di berbagai kota besar di seluruh Indonesia.

MISI

- Menyediakan produk asuransi jiwa syariah yang berkualitas berdasarkan kebutuhan masyarakat.
- Menyediakan pelayanan yang unggul terhadap pelanggan internal & pelanggan eksternal melalui program yang kualitas kehidupan kerja guna meningkatkan moral, produktivitas, ntnensi sumber daya insani, dan profitabilitas



Biodata Calon Wakalah

Nama : _____
 Alamat : _____

 TT Lahir : _____
 No. HP : _____
 Pengalaman Kerja :
 1 : _____
 2 : _____
 3 : _____

Calon Wakalah

KPPAS : _____
 No. Telp : _____



Terbaik 1 Info Bank
PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera

Mengapa Bisa

- PT. Asuransi Jiwa Syariah. Bumiputera telah merodean produk syariah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Gaktau Ma).
- Produk Mitra Top untuk pendidikan, Mitra Matur untuk dana haji, serta Unit Link Syariah untuk proteksi dan investasi yang sangat kompetitif.
- Memberikan peluang usaha (penghasilan) tanpa batas sesuai prestasi yang diciptakan dan ketentuan komisi tap produk.
- Proses Bisnis dan pembayaran komisi / remunerasi berbasis teknologi.
- Semua tentang data informasi produk dan investasi berbasis teknologi informasi.
- Proses klaim tidak berbelit berbasis teknologi informasi dan direct to client.
- Syarat menjadi wakalah (agen asuransi) sangat mudah, cukup dengan KTP, rekening bank, NPWP, mau belajar dan mau mempraktikkan yang diajari.
- Mengikuti ujian sertifikasi profesi keagamaan yang diselenggarakan oleh Asosiasi (AAJ) & AASI).



Bergabunglah..... segera
di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera ...!!!

Anda ingin hidup penuh berkah, menanti karir, punya bisnis sendiri, suka tantangan, bisa bekerja keras, punya bakat memimpin? Bergabunglah bersama kami di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera sebagai entrepreneur profesional melalui profesi Agen Asuransi Jiwa Syariah.

Kantor Pusat:
 Gedung Bumiputera Lantai 2,
 Jl. Weber Monginidi no 84
 Kabupaten Berau Jakarta Selatan 12170 - Indonesia
 Telp. (+62-21) 2700200, 2700233

www.bumiputerasyariah.co.id
 IG : @syariah_bumiputera
 Facebook : @syariah_bumiputera
 cs@bumiputerasyariah.co.id



PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera
Solusi Cerdas Penuh Berkah



PELUANG UNTUK :

- >> *Karier Terbuka Luas*
- >> *Mandiri*
- >> *Penghasilan Tak Terbatas*
- >> *Tidak Terikat Waktu*
- >> *Peluang Untuk ke Luar Negeri*



Brosur PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera

Asuransi Jiwa Syariah INDIVIDU MITRA IQRA' PLUS

Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengeluarkan perakuan yang benar: QS. An-Nisa' (4) : 9.

Menuntut ilmu setinggi-tingginya dan memiliki masa depan yang cemerlang adalah impian seluruh orangtua bagi anak-anaknya.

Mitra Iqra Plus dirancang khusus untuk menjadi mitra belajar bagi buah hati Anda. Melalui program ini, buah hati Anda tidak saja secara teratur menerima dana pendidikan sesuai dengan jenjang pendidikannya. Lebih dari itu, Anda juga mendapatkan kesempatan memperoleh hasil investasi dan pengembangan dana kontribusi yang Anda bayarkan melalui sistem bagi hasil (mudharabah).

AKAD:
Akad Tabarru' adalah akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari Peserta kepada Dana Tabarru' untuk tujuan tolong menolong di antara para Peserta.
Akad Wakalah bil Ujrah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan Perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan sesuai kuasa atau wewenang yang diberikan dengan imbalan berupa Ujrah.
Akad Mudharabah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan Perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan sebagai mudharib untuk mengelola investasi Dana Tabarru' dengan sistem berupa bagi hasil (mudharabah) yang besarnya sebagai berikut:

- Investasi Dana Tabarru' dengan komposisi 70% untuk Dana Tabarru' dari 30 % untuk Perusahaan
- Investasi dana Peserta dengan komposisi 70% untuk Pemegang Polis dan 30% untuk Perusahaan

Ragam Manfaat :
 Melalui Mitra Iqra Plus keuntungan-keuntungan yang akan Anda dapatkan meliputi:

- Apabila Peserta hidup sampai akhir Masa Asuransi, maka Penerima Manfaat Yang Ditunjuk (Anak) sebagai penerima Dana Tabarran Pendidikan akan menerima Dana Tabarran Pendidikan secara berkala, dengan ketentuan Ujrah 1 sebagai berikut:

Tahun ke- (Tahun)	Dana Tabarran Pendidikan (Dibebaskan Pajak dan Urahan)						
	4	5	13	18	23	28	33
1-3	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA
4-9	10% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA
10-12		20% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA
13-15		30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA

MA = Manfaat Asuransi
 MA = Saldo Dana Pemegang Polis

- Apabila Peserta meninggal dalam Masa Asuransi, maka Pemegang Polis dibebaskan dari membayar Kontribusi dan Penerima Manfaat Yang Ditunjuk akan menerima Santunan Asuransi sebesar Manfaat Asuransi ditambah Saldo Dana Investasi Pemegang Polis serta mendapatkan Dana Tabarran Pendidikan yang belum dijalani sesuai dengan Tabel 2 sebagai berikut:

Usia Awal (Tahun)	Dana Tabarran Pendidikan (Dibebaskan Pajak dan Urahan)						
	5	12	15	18	20	25	25
1-3	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA	10% MA
4-9	10% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA	20% MA
10-12		20% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA
13-15		30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA	30% MA

MA = Manfaat Asuransi

Contoh Simulasi:
 Usia Peserta 3 tahun
 Usia Anak 1 tahun
 Masa Asuransi 17 tahun
 Kontribusi Rp 500.000,- per triwulan
 Manfaat Asuransi Rp 24.000.000,-
 Asumsi Tingkat Investasi 7,00% p.a

Akhir Tahun ke -	Akumulasi Kontribusi	Akumulasi Dana	Dana Tabarran Pendidikan	Santunan Kebijakan
1	2.500.000	1.113.602	-	24.000.000
2	4.000.000	2.713.528	-	24.000.000
...
6	12.000.000	8.270.176	2.400.000	24.000.000
...
12	24.000.000	15.043.982	3.600.000	24.000.000
...
15	30.000.000	22.415.260	4.800.000	24.000.000
16	32.000.000	25.240.658	-	24.000.000
17	34.000.000	28.219.586	-	24.000.000
18	34.000.000	22.076.029	7.200.000	-
19	34.000.000	17.352.351	5.520.000	-
20	34.000.000	12.176.363	5.719.676	-
21	34.000.000	6.383.727	6.986.152	-
22	34.000.000	-	6.383.727	-

Keterangan:
 Restitusi ini bukan merupakan bagian dari Polis.

Scanned by TapScanner

Manfaat Asuransi

Perhitungan Manfaat Asuransi Cara Bayar Reguler:
 Manfaat Asuransi = Kontribusi Tahunan x Masa Asuransi (maksimal 12 tahun)

Kontribusi

- Minimal Kontribusi yang dibayarkan
 - Cara bayar triwulanan Rp. 300.000,-
 - Cara bayar semesteran Rp. 600.000,-
 - Cara bayar tahunan Rp. 1.200.000,-
- Pembayaran Kontribusi dilakukan melalui transfer ke nomor rekening PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera

Juran Tabarru

Juran Tabarru dihitung berdasarkan usia Peserta dan masa asuransi.

Biaya

- Biaya Polis ditetapkan sebesar Rp.200.000,- pada awal penutupan;
- Biaya Pembatalan Polis pada masa Free Look sebesar Rp. 300.000,-

Ujrah

Ujrah akuisisi cara bayar reguler ditentukan sebagai berikut:

Tahun ke-	Maksimal Ujrah
1	40% x Kontribusi
2	15% x Kontribusi
3 dst	0,34% x Kontribusi

No	Kebijakan Investasi	Maksimal Ujrah
1	Instrumen Pasar Uang Syariah (Cash, Deposito Bank Syariah dan SBI Syariah) sebesar 25% sampai dengan 90%	Menengah
2	Instrumen Pendapatan Tetap Syariah (Sukuk Negara dan Sukuk Korporasi) sebesar 10% sampai dengan 75%	
3	Instrumen Saham yang terdaftar pada Daftar Efek Syariah sebesar 0% sampai dengan 30%	
4	Instrumen Beksadana Syariah & ETI Syariah sebesar 0% sampai dengan 30%	

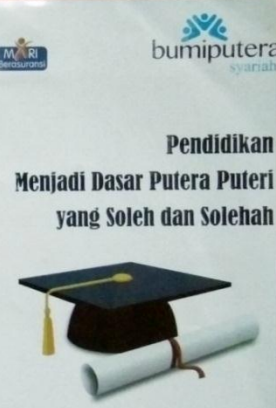
Anda Berminat ?

- Jika Anda berusia minimal 15 tahun atau maksimal 60 tahun, Anda berhak menjadi Pemegang Polis.
- Masa pembayaran Kontribusi minimal 3 tahun dan maksimal 17 tahun.
- Kontribusi dibayar dalam mata uang Rupiah.
- Kontribusi dapat Anda bayar secara tahunan, semesteran atau triwulanan.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera
 Head Office
 Gedung Bumiputera, Jl. Wolter Monginsidi,
 no. 84-86, Kebayoran Baru,
 Jakarta Selatan, 12170
 Indonesia

☎ : (+62-21) 2700233 / 2700206;
 ✉ : cs@bumiputerasyariah.co.id
 🌐 : www.bumiputerasyariah.co.id

Nama WA :
 No. HP :



**Pendidikan
Menjadi Dasar Putera Puteri
yang Soleh dan Solehah**

**Asuransi Jiwa Syariah
INDIVIDU
MITRA
IQRA' PLUS**

Scanned by TapScanner

Brosur produk Mitra Iqra' Plus