

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem asuransi syariah merupakan prinsip menggabungkan upaya untuk saling mencari keuntungan yang halal melalui sistem akad tabaru dengan tujuan untuk saling tolong menolong, Penggunaan akad dengan sistem akad dana tabaru, yang didalamnya menggunakan akad hibah yaitu memberi secara iklas dan suka rela.¹

Adapun akad pada asuransi syariah seperti akad dana tabaru yaitu saling tolong menolong, pemanfaatan dana tabaru dalam penelitian ini memiliki beberapa potensi risiko diantaranya risiko investasi, likuiditas, beban klaim, dan kegagalan *reassuradur*.² Asuransi merupakan takaful dalam artian yaitu jaminan atau saling melindungi, Agama Islam merupakan agama yang sangat terpadu begitupun dengan muamalahnya, makna asuransi didalam Islam memang tidak terlalu akurat dengan makna islam tersendiri, secara Bahasa Arab asuransi merupakan *at'tamin* yang berarti

¹Ichsan Nurul Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014), 69

²Saniatusilma And Suprayogi, *Manajemen Risiko Dana Tabarru' PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin*,” 1004.

memberikan jaminan perlindungan dan rasa tenang Menurut Muhammad Syakir sebagaimana.³

Pedoman Umum Asuransi Syariah menyatakan bahwa asuransi syariah yaitu bentuk upaya tolong menolong, saling melindungi antara beberapa pihak baik melalui investasi yang berbentuk asset, atau *tabarru* dimana ketika menghadapi suatu peristiwa dan resiko dana akan disalurkan melalui perikatan akad dengan ketentuan syariat islam.⁴

Menurut Nopriansyah sebagaimana dalam Humaemah bahwa Asuransi merupakan perikatan antara penanggung yang mengikat diri kepada yang tertanggung, dimana tertanggung membayar premi yang nantinya memberikan penggantian kepadanya karena suatu peristiwa dan kerugian, kerusakan dan lainnya.⁵ tetapi didalam Undang Undang Hukum Dagang (KUHD) Bab 9 Pasal 249 menyatakan bahwa jika terjadi kerusakan dan kerugian pada tertanggung, seorang penanggung tidak harus mengganti kerusakan

³Suparmin, Asuransi Syariah Konsep Hukum Dan Operasional, 22.

⁴ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 21/Dsn-Mui/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah.

⁵Humaemah, *Analisis Manajemen Risiko Dana Tabarru Asuransi Syariah* (Studi Pada PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Serang)."

tersebut jika kerusakan dan kerugian itu dilakukan dengan sengaja atau oleh bertanggung sendiri.⁶

Asuransi yaitu suatu kontrak perjanjian yang mengikat dua pihak dimana kedua belah pihak dapat mengatasi akan terjadinya suatu resiko, pembayaran premi dilakukan oleh salah satu pihak bertanggung, sedangkan pihak uyang menanggung akan mengelola dana tersebut dengan bentuk jaminan menggunakan akad *tabarru*.⁷

Asuransi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam rangka melaksanakan berupa meminimalisir terjadinya sebuah risiko atau musibah, ketika pihak yang bergabung dengan asuransi maka pihak asuransi akan menanggung kerugian yang dialami oleh pihak tersebut jika mengalami musibah.⁸

Strategi pemasaran merupakan sebuah upaya dalam perusahaan pemasaran agar perusahaan dapat menjalankan sasaran dan tujuan pemasaran dengan sesuai target, dengan demikian hasil penelitian ini pemasaran agen yang dilakukan pada asuransi jiwa Bumiputera meliputi beberapa peran agen diantaranya sebagai

⁶KUHD, “Undang Undang Hukum Dagang Bab 9 Pasal 249” (n.d.).

⁷Ajib, Asuransi Syariah, 11

⁸ Pane Et Al., Tinjauan Hubungan Manajemen Risiko Dan Asuransi, 11

educator, motivator, inisiator, komunikator, dan administrator. Setelah agen menjalankan peranya dengan baik, agen juga diharuskan untuk memberikan loyalitas terhadap nasabahnya seperti melayani dengan penuh tanggung jawab dan dapat dipercaya.⁹ Sedangkan strategi yang dilakukan pada PT Asuransi Bumiputera Cabang Serang menggunakan sistem *indirect chanel*, dan *direct chanel*. *Direct chanel* dilakukan secara langsung oleh staf karyawan dan agen, sedangkan *indirect* merupakan jalur pemasaran yang dilakukan melalui jasa broker dan pialang asuransi.¹⁰

Adapun strategi pemasaran dalam asuransi syariah yaitu menggunakan sistem agen, dimana setiap agen mempunyai daya kekuatannya masing masing untuk memasarkan produknya, salah satu target yang dituju oleh agen yaitu memasrkan kepada keluarga dan kerabat, agen akan memprospek secara *dor to dor (canvasing)*. Cara selanjutnya yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode refrensi, merupakan tahapan agen ketika melakukan prospek, seorang nasabah akan diberikan suatu pelayanan dari

⁹ Awaliyah, Peran Dan Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pt Asuransi Jiwa Syariah Bersama Bumiputera,” 3.

¹⁰ Elida Mahriani, Hendrianto, and Nur Arista, “Implementasi Strategi Pemasaran Model Segmentassi Terhadap Produk Asuransi Kebakaran” 8 (2022).

agen, dan agen akan dapat feed back dari nasabah atas kepuasan yang dicapai oleh nasabah.¹¹

Produk Asuransi siswakoe menurut data yang diperoleh dari PT. Asuransi Bumida Syariah merupakan produk perorangan dan mudah memberikan perlindungan kepada para siswakoe dimana pada saat berada didalam suatu Lembaga Pendidikan ketika terjadi suatu peristiwa yan datang secara qodarullah seperti mengalami kecelakaan diri dan timbul dengan benefit yang meliputi santunan biaya rawat inap, cacat tetap, pengobatan dan santunan meninggal dunia, selain juga produk mahasiswakoe memiliki benefit bantuan beasiswa serta benefit lainnya.

Makhluk sosial tidak terlepas dari interaksi satu sama lain. Dimana suatu interaksi merupakan upaya manusia untuk melengkapi dan memenuhi kebutuhannya dengan melalui suatu kegiatan muamalah. Dari data Asuransi Bumiputera Muda Divisi Syariah Pusat menyatakan akad dalam asuransi syariah menggunakan akad *tabaru* dan *tijari*. Berdasarkan latar belakang mendeskripsikan bahwa dalam pelaksanaan pemasaran di PT. Asuransi Bumida Divisi Syariah dalam menjualkan produk asuransi syariah yaitu menggunakan sistem agen.

¹¹ Susilo And Nikmah, "Strategi Pemasaran Agen," 8.

Penelitian Sebelumnya di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri menekankan pada permasalahan pada strategi pemasaran terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian ini menitik tekankan pada permasalahan dampak pemasaran produk dalam mencapai target dan jaminan kualitas pelayanan pada produk asuransi umum.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis sangat tertarik untuk membuat skripsi, dengan judul **“Dampak Pemasaran Pada Produk Asuransi Dalam Mencapai Target Dan Jaminan Kualitas Pelayanan Pada Produk Asuransi Umum”** (Studi Pada PT. Asuransi Umum Bumi Putera Muda (Bumida) Cabang Serang)

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, bisa diperoleh rumusan masalah berupa:

1. Bagaimana dampak pemasaran pada produk asuransi umum PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda?
2. Bagaimana capaian target produk asuransi umum di PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda?
3. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap produk asuransi umum di PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang peneliti tentukan berdasar pada latar belakang diatas yakni meliputi:

1. Untuk mengetahui dampak pemasaran pada produk asuransi umum PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda.
2. Untuk mengetahui capaian target produk asuransi umum di PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda.
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap produk asuransi umum di PT. Asuransi Umum Bumi Putra Muda

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan itu, peneliti mengharapkan penelitian ini mampu memberi beragam manfaat untuk banyak pihak yang diantaranya:

1. Manfaat Akademisi

Hasil dari penyelenggaraan penelitian diharap dapat memperluas pengetahuan pada ranah pemasaran produk asuransi umum, kemudian juga selaku bahan penelitian mendatang untuk peneliti yang hendak mengambil bahasan terkait Pertumbuhan asset;

2. Untuk konsumen dimana penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan dan menganalisa bagaimana kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada berbagai lembaga asuransi syariah.
3. Untuk Peneliti

Hasil dari penyelenggaraan penelitian ini diharap bisa memperluas pemahaman serta pengetahuan terkait dengan lembaga asuransi syariah dan bisa berperan sebagai referensi bagi penelitian berikutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Terdapat sistematika penulisan pada penelitian ini yang mencakup lima bab, adapun secara umum setiap bab tersebut bisa dijelaskan meliputi:

Bab I yakni Pendahuluan dimana mencakup latar belakang dari sebuah permasalahan yang mengakibatkan penelitian diselenggarakan, rumusan permasalahan yang hendak peneliti bahas, manfaat serta tujuan dari penelitian yang peneliti hendak capai, beserta sistematika penulisan yang akan dengan singkat menjabarkan alur dari penulisan penelitian.

Bab II yang dimana dalam bab ini akan membahas mengenai sejarah singkat perusahaan, kondisi objektif perusahaan, letak geografis dan demografis perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

Bab III dalam bab ini membahas tentang landasan teori yang peneliti gunakan. Landasan teori dari kerangka dimana mencakup hubungan diantara variabel berdasar pada teori, telaah pustaka yang kemudian berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti.

Bab IV mencakup hasil serta pembahasan dari penelitian, dimana meliputi deskripsi dari objek penelitian terkait gambaran objek penelitian secara singkat, hasil dari analisis penelitian, dan pembahasan yang diberikan berdasar pada proses pengolahan data yang sudah dilaksanakan.

Bab V yakni penutup dimana meliputi kesimpulan selaku jawaban akhir perumusan masalah, keterbatasan dari penelitian dimana mencakup kekurangan yang peneliti alami pada penyelenggaraan penelitian, dan saran yang bisa peneliti berikan.