

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Gerakan sosial yang mengedepankan asas religius dalam Islam dapat ditelusuri mulai dari gerakan pemurnian Islam, seperti yang terjadi pada kasus kaum Paderi oleh Imam Bonjol. Yang mana dalam gerakan ini tidak hanya terbatas pada persoalan akidah dan ibadah semata tetapi juga meliputi berbagai aspek lain seperti sosial, politik dan ekonomi (Hafizah & Nilasari, 2020, hlm. 2).

Berbicara mengenai aspek ekonomi, dalam ekonomi islam sendiri baik sebagai objek maupun subjek manusia dianggap sebagai makhluk sosial yang tak pernah lepas dari manusia yang lain untuk membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Hubungan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain ini dalam Islam biasa disebut dengan muamalah (Basyir, 1993, hlm. 11).

Harta bisa dikatakan menduduki peranan yang cukup penting dalam konteks kehidupan manusia, sebab dengan harta itulah manusia akan mampu mempertahankan hidupnya. Akan tetapi, harta yang dimiliki oleh setiap insan ini sifatnya tidaklah abadi karena sejatinya harta tersebut hanyalah sebuah titipan dari Allah SWT (Maulida & Purnomo, 2017, hlm. 104–105).

Oleh sebab itulah didalam kehidupannya manusia akan selalu merasa dihadapkan dengan berbagai macam bahaya dan risiko yang akan mengundang pada rasa takut dan cemas. Manusia selalu merasa was-was dan

gelisah mengenai rezeki dan ajalnya, selalu mengkhawatirkan keluarganya, serta berbagai bentuk kecemasan lainnya (Syahatah, 2006, hlm. xiii).

Untuk menghadapi berbagai ancaman dan bahaya yang belum jelas dan pasti tersebut, manusia harus mampu melakukan upaya dan tindakan perlindungan untuk memperkecil kemungkinan risiko yang bisa saja akan terjadi. Maka agar dapat terselenggara kehidupan sesama umat manusia yang tentram dan aman dari ancaman dibuatlah suatu kelompok untuk bertanggung jawab serta saling menanggung risiko antara yang satu dengan yang lainnya yang merupakan kegiatan manusia sebagai makhluk sosial. Dari kegiatan inilah yang akhirnya memunculkan istilah asuransi (Handayani & Fathoni, 2019, hlm. 127).

Menurut Bayinah asuransi adalah pertanggungan yang digunakan sebagai salah satu bentuk upaya untuk meminimalisasi suatu risiko (Bayinah dkk., 2017, hlm. 1). Dasar semangat asuransi modern (konvensional) yakni berorientasi pada sistem kapitalis yang hanya menitikberatkan pada pengumpulan modal untuk keperluan pribadi atau golongan tertentu, berbeda halnya dengan asuransi syariah yang lebih banyak berorientasi sosial daripada berorientasi ekonomi atau keuntungan bisnis. Hal tersebut dikarenakan praktik asuransi islam menegakkan aspek tolong-menolong yang menjadi dasar utamanya.

Asuransi islam atau syariah ini tidak hanya berkembang di negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim, tetapi juga berkembang di negara-negara yang minoritas. Di Beberapa negara termasuk Indonesia

asuransi islam atau asuransi syariah sering dikenal dengan istilah *takaful* (Ismanto & Nalim, 2019, hlm. 143). *Takaful* artinya ialah menjamin atau saling menanggung (Sula, 2004, hlm. 32).

Dewan Syariah Nasional pada tahun 2001 mengeluarkan fatwa yang berkenaan dengan asuransi syariah. Dalam fatwa DSN No. 21/DSN-MUI/X/2001 bagian pertama mengenai Ketentuan Umum angka I disebutkan pengertian asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah. Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah memiliki sifat saling melindungi dan tolong menolong dengan berdasarkan ukhuwah islamiyah antara sesama peserta.

Asuransi syariah di Indonesia telah berjalan selama 26 tahun yakni mulai pertama kali berdiri pada tahun 1994 dengan diresmikannya PT. Takaful Keluarga (Handayani & Fathoni, 2019, hlm. 128). Perkembangan industri asuransi syariah di Indonesia saat ini juga mulai memperlihatkan peningkatan seiring dengan adanya peraturan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai Unit Usaha Syariah (UUS).

perkembangan tersebut pada beberapa tahun terakhir ini memiliki catatan yang cukup baik, yakni pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh dengan kisaran angka 1 sampai 1,5 persen per tahunnya. Karena dipandang memiliki prospek bisnis yang bagus, maka

perusahaan asuransi konvensional pun banyak yang berbondong-bondong membuka produk syariah sejak tahun 2003 silam. Namun sampai pada April 2021 tercatat 46 perusahaan asuransi yang belum melakukan *spin-off*, yang terdiri atas 23 UUS asuransi jiwa, 20 UUS asuransi umum serta 3 UUS reasuransi menurut data dari OJK (Dewi, 2021).

Terkait dengan kebijakan *spin-off*, Jasindo Syariah merupakan salah satu perusahaan asuransi yang berfokus pada bidang asuransi umum dengan berdasar kepada prinsip islam atau syariah yang terbentuk setelah diberlakukannya kebijakan *spin-off* tersebut dari Unit Usaha Takaful (UUT) dari asuransi Jasindo Umum. Asuransi Jasindo Syariah sendiri memiliki beberapa produk unggulan yang ditawarkan diantaranya adalah asuransi mobil yang mampu menanggung mulai kerusakan sedang sampai dengan pencurian, serta memberikan pilihan polis baik asuransi *all risk* maupun TLO yang masing-masing dapat disesuaikan dengan anggaran serta kebutuhan (Dzulfikar, 2021).

Di kota Banjarmasin sendiri asuransi Jasindo Syariah memiliki satu buah kantor cabang atau perwakilan yang terletak di pusat kota Banjarmasin tepatnya di jalan A. Yani KM 3. Pada november 2021 jumlah nasabah asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tercatat sebanyak 218 orang, yang mana jumlah tersebut mengalami peningkatan sekitar 10 sampai 20 persen dari tahun sebelumnya meskipun tidak terlalu signifikan (Wawancara dengan Rizka Yunita Brilliany, 28 Desember 2021). Sejak pertama kali berdiri sampai dengan sekarang Jasindo Syariah terus mengalami peningkatan yang

cukup pesat, hal ini tentu saja dibuktikan dengan banyaknya apresiasi dan penghargaan yang mampu diraih oleh perusahaan. Adapun bentuk-bentuk prestasi atau penghargaan yang telah diraih tersebut diantaranya, Piagam Penghargaan AASI 2018, Penghargaan Info Bank 2018, *Karim Award* 2018, *Warta Ekonomi Award* 2017, *Property Bank Award* 2017 dan masih ada beberapa penghargaan-penghargaan lainnya (*Tentang Kami*, 2021).

Dari berbagai penghargaan yang diraih tentu saja hal ini tidak pernah lepas dari kerjasama dan kerja keras para pihak dari asuransi Jasindo Syariah, tak terkecuali dengan agen yang tentunya berperan sangat penting dalam memasarkan produk. Seorang agen bagaikan sebuah urat nadi dalam dunia bisnis perasuransian, karena agen lah orang pertama yang bertemu dan bertatap muka dengan para calon nasabah. Oleh sebab itu wajib bagi seorang agen asuransi memiliki sebuah kemampuan untuk menjelaskan berbagai mekanisme produk yang ditawarkan.

Seorang agen tidak hanya dituntut untuk piawai dalam menjelaskan suatu produk yang ditawarkan dan menguasai strategi penjualan agar banyak calon nasabah yang *closing*, seorang agen juga sangat penting untuk mengimplementasikan nilai-nilai mengenai etika bisnis islam dalam pemasaran sebagai bentuk dari upaya untuk menyeimbangkan antara kepentingan bisnis dan tuntunan moral.

Menurut Abdullah ia menyebutkan salah satu etika bisnis islam sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW ialah kejujuran atau keterbukaan, artinya dalam hal ini ketika memasarkan produk dengan

memperhatikan etika bisnis secara islam seorang agen sudah sepatutnya untuk jujur dan terbuka kepada calon nasabah. Baik itu mengenai pembagian nisbah bagi hasil dari keuntungan investasi, uang pertanggungan yang akan didapatkan nasabah di kemudian hari, dan sebagainya. Sehingga calon nasabah benar-benar paham dan mengetahui bagaimana mekanisme sesungguhnya (Abdullah, 2014, hlm. 77).

Abdullah juga menyebutkan bahwa etika bisnis islam yang perlu diperhatikan yaitu menyangkut signifikansi sosial, dimana seorang pelaku bisnis yang dalam hal ini khususnya adalah agen asuransi tidak hanya ingin mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya sebagaimana prinsip ekonomi kapitalis, tetapi juga berorientasi pada kesadaran untuk menolong orang lain dengan memberikan kemudahan serta solusi dalam *financial planning* untuk masa depan calon nasabah (Abdullah, 2014).

Namun pada kenyataan yang sering dijumpai di lapangan adanya persepsi negatif masyarakat dan keluhan nasabah asuransi tentang etika agen asuransi (secara umum atau *random*) yang tidak menyampaikan informasi dengan jelas mengenai produk yang diberikan oleh agen asuransi yang bersangkutan saat menawarkan produk asuransinya, sehingga banyak dari nasabah yang merasa tertipu karena dari pihak asuransi tidak memberikan informasi yang cukup saat menawarkan produknya seperti penjelasan mengenai aspek risiko, tata cara klaim, apa saja yang ditanggung dan tidak ditanggung oleh perusahaan asuransi sehingga timbul permasalahan baru seperti kesulitan saat proses klaim, bahkan tak jarang terjadi penolakan klaim

karena ketidaktahuan nasabah mengenai tata cara klaim (Assagaf, 2014, hlm. 3). Hal ini menandakan bahwa masih ada oknum-oknum agen asuransi yang tidak bersikap transparan kepada nasabah dan hanya mementingkan keuntungan diri pribadi bertolak belakang dengan etika bisnis islam yang juga memperhatikan tentang signifikansi sosial yaitu kesadaran untuk menolong orang lain bukan semata-mata untuk kepentingan bisnis belaka (Abdullah, 2014). Yang artinya masih ada agen yang mungkin tidak memahami etika bisnis islam atau mungkin mereka memahami secara teori tetapi tidak mengimplementasikan dalam praktiknya.

Adapun alasan penulis memilih PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin sebagai objek penelitian karena PT Jasindo Syariah merupakan satu-satunya perusahaan milik BUMN di Indonesia yang bergerak dibidang industri asuransi umum berdasarkan prinsip islam atau syariah. Yang mana harapannya dengan menyandang gelar tersebut asuransi Jasindo Syariah sudah benar-benar menerapkan prinsip kesyariahannya termasuk penerapan etika bisnis islam oleh agen-agennya.

Disamping itu Jasindo Syariah juga memiliki prinsip nilai budaya perusahaan yakni harus amanah, fatanah, *siddiq* dan tablig, yang mana sebenarnya poin-poin tersebut merupakan prinsip etika bisnis islam secara umum dan mendasar (*Budaya Perusahaan*, 2021). Sehingga hal ini menarik untuk dikupas lebih dalam mengenai bagaimana penerapan etika bisnis islam tersebut khususnya dalam hal memasarkan produk.

Berdasarkan hal ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS ISLAM OLEH AGEN ASURANSI PT JASINDO SYARIAH KP BANJARMASIN”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi titik permasalahan yang akan diteliti oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi etika bisnis islam oleh agen asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin?
2. Bagaimana kendala dalam mengimplementasikan etika bisnis islam oleh agen asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi etika bisnis islam oleh agen asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui kendala dalam mengimplementasikan etika bisnis islam oleh agen asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan diantaranya yaitu:



## 1. Aspek Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini akan digunakan sebagai penambah referensi dalam pengembangan wawasan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang pemasaran secara syariah dan diharapkan pula akan bermanfaat baik bagi pelaku bisnis maupun masyarakat yang berkepentingan.

## 2. Aspek Praktis

### a. Perusahaan

Sebagai bahan masukan untuk agen asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin tentang cara pemasaran produk yang menyelaraskan antara kepentingan bisnis dan moralitas islami.

### b. Akademisi

Sebagai referensi penelitian mengenai implementasi etika bisnis islam dalam pemasaran produk oleh agen asuransi syariah. Hasil dari penelitian ini juga merupakan bentuk dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik pihak kampus.

## **E. Definisi Operasional**

Dalam upaya menghindari adanya kesalahpahaman dan kekeliruan menginterpretasikan judul yang akan diteliti serta kekeliruan dalam memahami tujuan dari penelitian ini, maka penulis memberikan batasan istilah dan penegasan judul penelitian, sebagai berikut:

1. Implementasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya penerapan atau pelaksanaan. Sedangkan dalam penelitian ini, implementasi yang penulis maksud adalah penerapan etika bisnis islam oleh agen asuransi syariah yang terkait dengan cara mereka memasarkan produk asuransi.
2. Etika bisnis islam merupakan sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan nilai-nilai syariah (Rosiyana dkk., 2017, hlm. 197). Adapun budaya moral etika bisnis islam yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah nilai-nilai etika bisnis menurut Kertajaya & Sula (2006), yaitu memiliki kepribadian spiritual (takwa), berperilaku baik dan simpatik (*siddiq*), berlaku adil dalam bisnis (adil), bersikap melayani serta rendah hati (khidmah), menepati janji dan tidak curang, jujur dan terpercaya (amanah), tidak suka berburuk sangka (suuzan), tidak suka menjelek-jelekan (gibah), tidak melakukan sogok (*risywah*).
3. Agen asuransi merupakan wakil dari perusahaan asuransi yang mencari, mengumpulkan serta melayani calon nasabah. Adapun agen yang penulis maksud disini adalah agen yang dimiliki oleh perusahaan asuransi PT Jasindo Syariah KP Banjarmasin yang akan menjadi fokus penelitian.

## **F. Kajian Pustaka**

Sebelum memilih melakukan penelitian ini lebih dalam, penulis terlebih dahulu melakukan penelaahan terkait karya-karya ilmiah yang terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, diantaranya adalah:

1. Kumaidi Ansari, jurusan S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin 2011, mengangkat penelitian dengan judul ”*Implementasi Pelayanan Produk Kreasi Perum Pegadaian Di Banjarmasin (Unit Pegadaian Cabang Pekapuran)*”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana penerapan pelayanan produk kreasi serta apa saja faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan produk kreasi di perum Pegadaian Banjarmasin (Unit Pegadaian Cabang Pekapuran) (Ansari, 2011, hlm. vi). Persamaan dalam penelitian ini yakni terletak pada jenis penelitiannya yang merupakan penelitian lapangan atau *field research*, alat yang digunakan untuk mengumpulkan data juga sama yakni wawancara. Adapun letak perbedaannya yakni yang pertama pada subjek penelitian, pada penelitian terdahulu yang jadi subjek penelitian adalah orang yang terlibat langsung dalam produk kreasi, nasabah, maupun pihak Instansi Pegadaian. Sedangkan subjek pada penelitian saat ini adalah agen asuransi maupun pihak terkait dari PT Jasindo Syariah. Objek dari kedua penelitian juga berbeda, dimana pada penelitian terdahulu yang menjadi objek adalah penerapan pelayanan produk kreasi serta bentuk ketidakpuasan nasabah, sedangkan penelitian saat ini adalah penerapan etika bisnis islam dalam pemasaran produk asuransi serta kendala yang dihadapi agen asuransi dalam menerapkan etika bisnis islam tersebut.
2. Fika Lestari, jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, UIN Antasari Banjarmasin 2017, mengangkat penelitian

dengan judul “*Implementasi Perencanaan Keuangan Syariah Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (studi pada dosen Ekonomi di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam)*”. Penelitian ini membahas tentang implementasi perencanaan keuangan syariah serta faktor yang melatarbelakangi perencanaan keuangan syariah tersebut (Lestari, 2017, hlm. vi). Persamaan dalam penelitian ini juga terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian lapangan atau *field research*. Subjek yang dipilih dalam kedua penelitian ini juga sama-sama merupakan orang yang dianggap memiliki keilmuan dibidang yang terkait, bedanya adalah pada penelitian terdahulu memiliki keilmuan dibidang ekonomi karena merupakan dosen dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, sedangkan pada penelitian saat ini memiliki keilmuan di bidang bisnis perasuransian karena merupakan agen asuransi. Karena masing-masing subjek dianggap memiliki keilmuan di bidangnya masing-masing, sehingga yang ingin diketahui apakah teori yang mereka miliki sudah diterapkan dalam praktiknya atau malah sebaliknya.

3. Irma Nur Hastuti Shaalihah, jurusan S1 Muamalat, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2012, mengangkat penelitian dengan judul “*Pemahaman dan Implementasi Agen Terhadap Etika Bisnis Asuransi Syariah (Studi Di Bumiputera 1912 Syariah Cabang Yogyakarta)*”. Penelitian ini membahas tentang pemahaman dan implementasi agen terhadap etika bisnis asuransi syariah dan kode etik keagenan dalam AJB Bumiputera Syariah (Shaalihah, 2012, hlm. vi).

Adapun persamaan dalam penelitian ini terletak pada bagian penerapan atau implementasi agen terhadap etika bisnis, dan yang membedakannya dengan penelitian saat ini dimana peneliti terdahulu lebih meneliti pemahaman dan implementasi agen terkait etika bisnis asuransi syariah dan kode etik keagenan sedangkan peneliti saat ini lebih meneliti implementasi serta kendala yang dihadapi agen asuransi terhadap etika bisnis islam dalam pemasaran produk.

### **G. Sistematika Penulisan**

Sesuai panduan pedoman penulisan skripsi, maka penulis membagi penulisan penelitian ini kedalam lima bab, yaitu:

BAB I merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II merupakan landasan teori yang dijadikan sebagai acuan dalam menganalisis data yang diperoleh dari penelitian.

BAB III merupakan metode penelitian, yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, objek penelitian, data dan sumber data, teknik dan pengumpulan data yang kemudian setelah data dikumpulkan data diolah menggunakan teknik pengolahan data dan analisis data. Agar dapat mengetahui alur penelitian dari awal sampai akhir maka dibuatlah tahapan penelitian yang sistematis.

BAB IV merupakan penyajian data dan analisis data berupa gambaran umum dan uraian dari hasil wawancara dengan informan, data yang dianalisis disesuaikan dengan landasan teori yang terdapat pada BAB II sehingga akan memberikan jawaban dari rumusan masalah yang terdapat pada BAB I.

BAB V merupakan penutup yang berisi simpulan dari hasil penelitian yang diperoleh dan beberapa saran yang dianggap diperlukan pada penelitian.