

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Bank Muamalat**

##### **1. Sejarah Singkat Bank Muamalat**

Bank Muamalat merupakan satu-satunya perbankan yang dapat bertahan sendiri pada masa krisis moneter pada tahun 1998. Pada masa krisis moneter banyak perusahaan perbankan yang kolaps, kondisi tersebut memaksakan mereka untuk mengambil kebijakan untuk menarik sebanyak-banyaknya nasabah dan meningkatkan suku bunga kepada nasabah sehingga menjadikan keuangan perusahaan yang tidak sehat.

Dalam memperkuat permodalan Bank Muamalat mendapatkan bantuan permodalan dari Islamic Development Bank (IsDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Dalam RUPS 21 Juni 1999, IsDB resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat Indonesia. Namun sekarang Badan Pengelolaan Keuangan Haji (BPKH) juga resmi menjadi pemegang saham Bank Muamalat Indonesia setelah menerima saham dari Islamic Development Bank (IsDB) dan SEDCO Group sebanyak 7.903.112.181 saham yang setara dengan 77,42% pada 15-16 November 2021. (<https://www.bankmuamalat.co.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2023)

Sejak didirikan Bank Muamalat pada 1 November 1991 atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, Bank Muamalat merupakan perbankan pertama di

Indonesia yang menggunakan konsep perbankan sesuai dengan syariah. Bank Muamalat Indonesia (BMI) didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapatkan dukungan oleh Pemerintah Republik Indonesia.

Bank Muamalat memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No.430/KMK.013/1992 mengenai pemberian izin usaha perseroan di Jakarta pada 24 April 1992, sebagaimana di ubah dalam Surat Keputusan Menteri Keuangan No.131/KMK.017/1995 mengenai perubahan Keputusan Menteri Keuangan No.430/KMK.013/1992 mengenai Pemberian Izin Usaha Perseroan pada 30 Maret 1995 dalam keputusan memberikan izin melakukan usaha sebagai Bank Umum berdasarkan dengan prinsip syariah. (<https://www.bankmuamalat.co.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2023)

Bank Muamalat terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan produk keuangan dengan prinsip syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Sukuk Subordunasi Mudharabah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan Multifinance Syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang menjadi terombosan baru di Indonesia.

Semua produk itu menjadi pionir produk syariah di Indonesia serta sebagai tonggak sejarah penting pada industri perbankan syariah. Seiring

dengan kapasitas Bank yang semakin besar serta diakui di masyarakat Indonesia, Bank Muamalat Indonesia kian melebarkan sayapnya dengan terus menambah jaringan kantor cabang serta tidak hanya pada seluruh Indonesia, akan tetapi juga pada luar negeri.

Pada tahun 2009, Bank Muamalat Indonesia mendapat izin membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadikan bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Negara tetangga. Hingga saat ini Bank Muamalat telah memiliki 239 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, dengan 120.000 jaringan ATM Bersama dan Prima, 51 unit Mobil Kas Keliling Bank Muamalat. (<https://www.bankmuamalat.co.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2023)

Dalam memberikan pelayanan terbaiknya, Bank Muamalat Indonesia beroperasi bersama entitas asosiasi dan afiliasinya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat dengan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, Muamalat Institute dengan layanan lembaga yang mengembangkan, mensosialisasikan dan memberikan pendidikan mengenai sistem ekonomi syariah kepada masyarakat, dan Baitulmaal Muamalat yang menyediakan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

Bank Muamalat KC. Banjarmasin merupakan perbankan syariah yang beralamat di Jalan Ahmad Yani km.6, Kelurahan Pemurus Luar Kecamatan Banjarmasin Timur, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Yang beroperasi setiap hari senin hingga jum'at dari pukul 08.00 hingga pukul 15.00 sore. Bank Muamalat Indonesia Banjarmasin melayani berbagai produk dan jasa untuk memenuhi terkait kebutuhan nasabah seperti simpanan, setoran tunai, pengajuan kredit dan pinjaman, pembuatan rekening tabungan baru, pengajuan kredit pemilikan rumah (KPR), investasi, asuransi, hingga mobile banking (Muamalat Din). (B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

## **2. Visi dan Misi Bank Muamalat**

Adapun visi dan misi Bank Muamalat adalah:

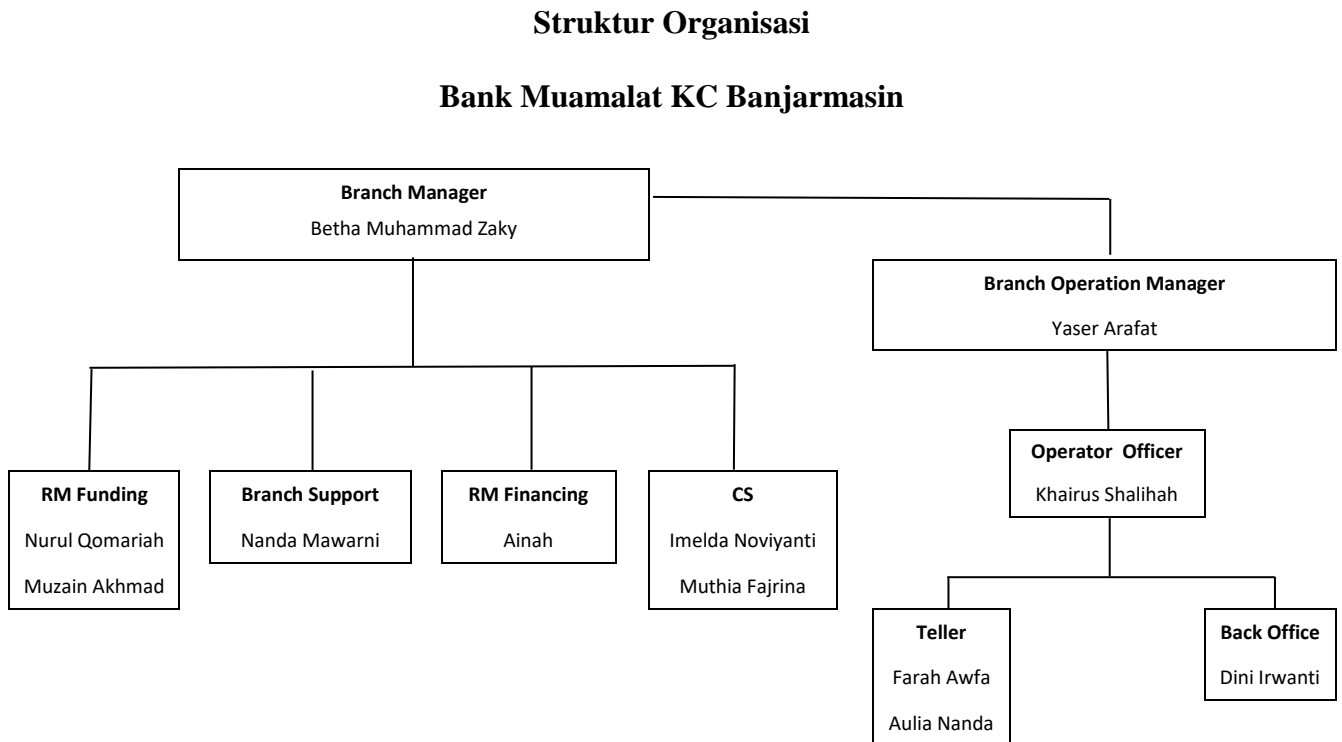
### **a. Visi Bank Muamalat Indonesia**

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.”

### **b. Misi Bank Muamalat Indonesia**

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional, serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

### 3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Banjarmasin



*Sumber: Wawancara Bank Muamalat Banjarmasin, Tanggal 7 Februari 2023.*

**Tabel: 1.1**

### 4. Produk Bancassurance Bank Muamalat

Dalam melaksanakan kerjasama bancassurance antara Bank Muamalat dan Perusahaan Asuransi untuk memenuhi kebutuhan nasabah adapun produk yang ditawarkan sebagai berikut:

- a) PT Asuransi Takaful Keluarga, dengan produknya yaitu Asuransi Hijrah Cendekia yang merupakan produk asuransi pendidikan terhadap ahli waris apabila terjadi risiko orang tua meninggal dunia atau cacat total dalam masa pertanggungan asuransi.

b) PT Sun Life Financial Indonesia

- 1) Sunlife Asuransi Salam Hijrah Investa, ialah produk asuransi yang menggabungkan asuransi jiwa dan investasi selain itu produk ini juga memiliki fitur wakaf yang dapat dilakukan secara berkala maupun wakaf dari santunan asuransi ataupun hasil keuntungan investasi.
- 2) Sunlife Asuransi Salam Hijrah Amanah, ialah produk asuransi yang menggabungkan asuransi jiwa dengan investasi. Asuransi ini juga memberikan manfaat perlindungan jiwa terhadap nasabah saat menjalani ibadah haji ataupun umroh.
- 3) Sunlife Asuransi Salam Hijrah Proteksi, ialah produk asuransi kesehatan yang memberikan manfaat santunan harian terhadap nasabah apabila menjalani rawat inap di rumah sakit.

c) PT Avrist Assurance

- 1) Avrist Asuransi Hijrah Ahsan Proteksi, ialah produk asuransi yang memberikan santunan asuransi bagi ahli waris apabila pemegang polis mengalami risiko meninggal dunia dan premi yang telah dibayarkan akan dikembalikan apabila tidak terjadi klaim selama masa pertanggungan asuransi.
- 2) Avrist Asuransi Hijrah Safa Proteksi, ialah produk asuransi syariah yang memberikan manfaat satuan bagi nasabah yang terdiagnosa penyakit kritis selama masa pertanggungan dan untuk masa pertanggungan hanya selama 5 tahun.

## **B. Penyajian Data**

Nama : Betha Muhammad Zaky

TTL : Kendal, 29 April 1981

Alamat : Jalan Pramuka Komplek Rahmat Residence No.9  
Banjarmasin Timur

Jabatan : Branch Manager Bank Muamalat KC Banjarmasin

### **1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Bank Muamalat Banjarmasin dalam Memasarkan Asuransi Syariah melalui Bancassurance**

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan melakukan penelaahaan secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamala Banjarmasin dalam memasarkan asuransi syariah melalui bancassurance. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, Maka dapat diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Kerjasama Bancassurance sepenuhnya dilakukan dikantor pusat di Jakarta, untuk kantor-kantor cabang hanya sebagai mediator pemasaran produk-produk kerjasama bancassurance tersebut. Produk Bancassurance ini berupa kerjasama antara Bank Muamalat dengan berbagai perusahaan asuransi syariah dengan menciptakan sebuah produk yang memberikan proteksi perlindungan serta investasi guna memenuhi kebutuhan keuangan nasabah bank muamalat serta juga produk asuransi

jiwa dan dana pensiun tercakup dalam fitur bancassurance ini.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Kerjasama bancassurance terbentuk sebagai respon terhadap tingginya minat bisnis yang berdasarkan pada syariah dari berbagai pengusaha di Indonesia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat pertumbuhan asset keuangan syariah yang signifikan dalam setahun terakhir. Dengan total asset keuangan syariah Indonesia (tidak termasuk saham syariah) telah mencapai sebesar Rp. 1.823,13 triliun per Januari 2021, tumbuh 24,54% dibandingkan pada tahun 2020. Pertumbuhan asset keuangan syariah tersebut tertinggi dalam tiga tahun terakhir sejak 2018. (<https://www.bankmuamalat.co.id/> diakses pada tanggal 13 Februari 2023) Demi mendukung pertumbuhan tersebut, Bank Muamalat dengan pihak asuransi mendukung upaya OJK dalam mengedukasi masyarakat yang masih rendahnya pemahaman terhadap asuransi dan mengenalkan mengenai peran serta keunggulan produk asuransi syariah yang menyesuaikan produk dan layanan syariah tersebut dengan tren kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa salah satu mitra kerja Bank Muamalat dalam bancassurance ialah SunLife Indonesia, Bank Muamalat dan PT SunLife sudah menjalin kerjasama sejak tahun 2019 dan semenjak itu pertumbuhan penjualan terus meningkat. Pada tahun 2019, SunLife dengan Bank Muamalat Indonesia mengumumkan kemitraan kerjasama dengan menghadirkan layanan kerjasama bancassurance yang



memberikan solusi proteksi diri sekaligus financial planning berbasis syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah Bank Muamalat.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan data Kementerian Agama menjelaskan di tahun 2017 jumlah jamaah haji usia produktif 20-40 tahun mencapai 22.051 orang. Mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi 22.992, dan di tahun 2019 kembali mengalami peningkatan menjadi 23.829. Meningkatnya jumlah jamaah haji pada usia produktif menunjukkan bahwa generasi muda menganggap penting untuk menabung haji sejak dini. Inilah yang mendorong SunLife dan Bank Muamalat untuk menghadirkan solusi berasuransi terhadap proteksi diri yang dapat membantu masyarakat untuk persiapan perjalanan ibadah haji.(Sari, 2023)

Bank Muamalat dan Perusahaan SunLife memasarkan produk asuransi syariah yang berkaitan dengan ibadah haji, salah satu manfaat dari produk tersebut adalah peluasan ibadah haji dan pertanggunganan atas risiko yang dapat terjadi selama masa tunggu ibadah haji. Dengan bergabungnya Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH) sebagai pemegang saham mayoritas Bank Muamalat Indonesia, bank muamalat ingin memaksimalkan potensi bisnis di *Islamic segment* khususnya di sektor ibadah haji dan umrah, PT SunLife Indonesia selama ini memberikan dukungannya dalam penyediaan dan pemasaran produk bancassurance yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah Bank Muamalat.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin bahwa kolaborasi antara Bank Muamalat dan PT SunLife Indonesia merupakan bentuk komitmen serta dukungan PT SunLife Indonesia dalam menyediakan produk asuransi yang sesuai syariah di Indonesia. Khusus pada Bank Muamalat, PT SunLife Indonesia menghadirkan asuransi yang memenuhi dengan prinsip syariah, yang membantu nasabah dalam melengkapi persiapan perjalanan ibadah haji, yang dikenal dengan produk Asuransi Salam Hijrah Amanah.

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin bahwa selain bekerjasama dengan PT SunLife Indonesia, Mitra kerja bancassurance sepanjang sejarah telah bekerjasama dengan berbagai perusahaan asuransi syariah antara lain dengan perusahaan takaful keluarga, manulife syariah, avrist, dan yang terbaru akan bekerjasama dengan PT Allianz Syariah.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Dalam kerjasama bancassurance pihak perbankan dan asuransi syariah saling memiliki perannya masing-masing dan dari kerjasama bancassurance perbankan dan asuransi syariah saling menjalin kerjasama yang bersifat simbiosis mutualisme antar kedua perusahaan dibidang keuangan yang berbeda. Peran pihak perbankan tidak hanya sebagai perantara dalam meneruskan informasi serta penjelasan mengenai asuransi syariah dari pihak asuransi syariah mitra kerja bank muamalat

kepada calon nasabah, namun bank muamalat memberikan informasi serta penjelasan secara langsung mengenai bancassurance dalam hal karakteristik asuransi syariah, risiko yang dapat ditanggung, biaya-biaya polis dan premi, jumlah santunan yang didapat apabila terjadi risiko.

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, Selain itu adapun beberapa strategi yang digunakan Bank Muamalat untuk memperkenalkan produk bancassurance terhadap nasabahnya, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi produk, dalam kerjasama bancassurance banyak perusahaan asuransi syariah yang menjadi mitra Bank Muamalat dan dari masing-masing produk bancassurance yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulannya masing-masing untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah Bank Muamalat.
2. Target Pasar, dalam memasarkan produk bancassurance yang menjadi sasaran pasar utama ialah nasabah Bank Muamalat. Yang mana produk-produk bancassurance ini diciptakan untuk memenuhi kebutuhan asuransi syariah nasabah Bank Muamalat.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin bahwa Bank Muamalat telah mencatat pertumbuhan volume penjualan sebesar 20% dari tahun

ke tahun. Peningkatan tersebut turut mendongkrak pendapatan based income perusahaan perbankan yang tumbuh sebesar 15%. Pertumbuhan tersebut di dorong dari strategi bisnis Bank Muamalat yang menyesuaikan dengan produk bancassurance terhadap kebutuhan nasabah Bank Muamalat.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, kontribusi pendapatan yang didapatkan dari kerjasama bancassurance terhadap based income Bank muamalat yaitu sebesar 20%, 25%, 35%, dan bahkan 40% tergantung perusahaan asuransi yang ingin memberikan. Pendapatan itu didapatkan dari premium collectif yang dibayarkan diawal perjanjian.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, ada terdapat hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan kerjasama bancassurance ialah sebagai berikut:

- a. Kendala pasar, tantang yang dihadapi dalam kerjasama bancassurance ini ialah kendala pasar yang mana masih banyaknya masyarakat belum memahami manfaat asuransi syariah bagi masa depan mereka, kesadaran mereka terhadap asuransi syariah masih rendah.

- b. Kendala dari eksternal, yakni mengenai berita-berita negatif tentang asuransi syariah yang membuat kesadaran masyarakat terhadap asuransi syariah semakin rendah seperti halnya banyak berita-berita mengenai penipuan oleh agen asuransi, dana premi yang hilang, dan ada sebagian orang masih belum paham sehingga menganggap asuransi sebagai perjudian.
- c. Kendala dari internal, yakni kendala dari sumber daya manusia (SDM), masih banyak bancassurance officer yang belum begitu paham konsep asuransi syariah, sehingga diperlukan pelatihan dan training untuk dapat menambah wawasan bancassurance officer mengenai asuransi syariah. Sebab bancassurance officer yang belum begitu paham terhadap konsep asuransi syariah bagaimana bisa meyakinkan calon nasabah dan mengubah mindset calon nasabah terhadap asuransi syariah.

## **2. Efektivitas pemasaran produk asuransi syariah melalui bancassurance pada Bank Muamalat Banjarmasin**

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, dengan adanya pemasaran produk asuransi syariah melalui kerjasama bancassurance menjadi lebih efektif dalam memasarkan asuransi syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah Bank Muamalat, karena dengan saling berkolaborasi dapat menghadirkan solusi berasuransi dengan memenuhi prinsip

syariah, yang membantu nasabah bank muamalat dalam proteksi diri maupun perencanaan keuangan dan nasabah juga merasa dengan membeli produk perbankan juga sekaligus dapat berasuransi syariah.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, saluran pemasaran asuransi syariah melalui kerjasama bancassurance diklasifikasikan dalam 3 model bisnis sebagai berikut:

1. Referensi, merupakan suatu aktivitas pemasaran bancassurance yang mana pihak perbankan berperan hanya sebagai merekomendasikan atau mereferensikan produk asuransi syariah kepada nasabah Bank Muamalat.
2. Kerjasama Distribusi, merupakan bank memiliki peran sebagai memasarkan produk bancassurance dengan memberikan penjelasan dan informasi mengenai bancassurance tersebut secara langsung terhadap nasabah Bank Muamalat. Penjualan produk bancassurance ini dapat dilakukan melalui telemarketing, seperti melalui surat, media elektronik, maupun website resmi Bank Muamalat.
3. Integrasi Produk, ialah suatu aktivitas memasarkan bancassurance, dimana pihak perbankan memiliki peran dalam memasarkan bancassurance kepada nasabah Bank Muamalat dengan melakukan modifikasi serta menggabungkan produk asuransi syariah dengan perbankan.(B. M. Zaky, komunikasi pribadi, 7 Februari 2023)

Untuk sebuah perusahaan strategi pemasaran merupakan hal utama dalam setiap menjalankan usaha, karena keberhasilan sebuah perusahaan tergantung pada strategi yang digunakan pada pemasaran jasa maupun produk tersebut. Demikian juga yang dilakukan oleh Bank Muamalat dalam memasarkan produk bancassurance, dengan meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan-pelatihan serta rekrutmen yang lebih selektif.

Berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan kepada Branch Manager Bank Muamalat Banjarmasin, prosedur dalam pembuatan perjanjian asuransi syariah melalui bancassurance bagi calon nasabah yang tertarik dengan produk bancassurance ini, yaitu dengan dapat mengunjungi kantor-kantor cabang Bank Muamalat dan menjelaskan kebutuhan mereka terhadap asuransi syariah, atau bisa juga pihak perbankan sendiri yang menawarkan produk bancassurance terhadap nasabah bank tersebut. Lalu pihak bancassurance officer menjelaskan terlebih dulu mengenai asuransi syariah, risiko yang dapat ditanggung apabila terjadi risiko, menjelaskan secara rinci biaya-biaya seperti premi, polis maupun dana santunan yang didapatkan apabila terjadi risiko.

Selanjutnya Pihak Bank Muamalat dapat meneruskan minat atas permintaan terhadap produk bancassurance tersebut kepada pihak asuransi mitra kerja Bank Muamalat. Pihak perbankan memproses

permohonan asuransi syariah tersebut dan memberikan reperal terhadap pihak perusahaan asuransi syariah yang telah bekerjasama tersebut. Pihak asuransi syariah akan memproses permohonan tersebut dengan melengkapi data diri calon nasabah dan menjelaskan lagi mengenai asuransi syariah tersebut agar calon nasabah benar-benar memahami asuransi syariah tersebut.

### **C. Analisis Data**

#### **1. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Bank Muamalat Banjarmasin dalam Memasarkan Asuransi Syariah melalui Bancassurance**

Berdasarkan hasil penelitian penyajian data deskriptif kualitatif, Mekanisme kerjasama bancassurance antara pihak asuransi syariah dengan pihak perbankan, bahwa pelaksanaan mekanisme kerjasama bancassurance ini semuanya dilakukan oleh kantor pusat bank muamalat yang bertempat di Jakarta, untuk di kantor-kantor cabang hanya sebagai media distribusi pemasaran produk-produk hasil kerjasama bancassurance tersebut.

Berdasarkan analisis, kerjasama bancassurance Bank Muamalat dengan berbagai pihak perusahaan asuransi merupakan respon terhadap tingginya pertumbuhan asset keuangan syariah yang signifikan dalam setahun terakhir, yaitu mencapai sebesar Rp. 1.823,13 triliun per Januari 2021, tumbuh sebesar 24,54% dibandingkan pada tahun 2020. Demi



mendukung pertumbuhan tersebut Bank Muamalat dengan Pihak Perusahaan Asuransi Syariah berkolaborasi dalam mengedukasi masyarakat mengenai peran serta keunggulan asuransi syariah, dan menyesuaikan produk dan layanan tersebut dengan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis, Kerjasama bancassurance antara perusahaan Bank Muamalat dengan berbagai perusahaan asuransi syariah merupakan strategi bisnis yang dilakukan untuk mengembangkan usaha masing-masing pihak perusahaan. Bancassurance dapat menjadi salah satu solusi dalam memasarkan dan mengenalkan produk asuransi syariah kepada nasabah bank, dan juga banyak terdapat keuntungan yang didapat dari kedua belah pihak dari kerjasama bancassurance ini. Dari sisi Bank Muamalat dengan adanya kerjasama bancassurance dapat meningkatkan loyalitas nasabah, fee based income, serta efektifitas dalam penjualan produk perbankan sekaligus proteksi terhadap risiko. Adapun dari sisi asuransi syariah, dengan adanya kerjasama bancassurance ini perusahaan asuransi dapat meningkatkan penawaran dan penjualan produk-produk asuransi kepada nasabah Bank Muamalat.

Berdasarkan analisis, Bancassurance menjadi relevan dengan melalui kerjasama bancassurance dapat mempermudah akses bagi nasabah bank dalam melakukan proteksi dan perencanaan keuangan serta memangkas jarak dengan nasabah menjadi lebih dekat. Secara tidak

langsung, bank menjadi seorang agen terkait pemasaran produk bancassurance kepada nasabah Bank Muamalat dengan melalui kantor cabang yang telah tersebar di seluruh Indonesia.

Seperti Perusahaan PT Takaful Keluarga, PT SunLife Syariah, dan PT Avrist yang menerapkan pemasaran melalui bancassurance sebagai salah satu bentuk pemasaran produk asuransi syariah melalui Bank Muamalat sebagai mitra kerjanya. Bank Muamalat yang telah lama berkecimpung pada dunia perbankan Indonesia yang bisa saja dapat mempengaruhi dalam kerjasama bancassurance, karena dengan penyebaran kantor-kantor cabang Bank Muamalat yang tersebar dari sabang sampai merauke, terlebih lagi dengan jumlah nasabah Bank Muamalat yang dapat mendukung dalam pemasaran produk bancassurance tersebut. Ini merupakan strategi bagi kedua pihak yang bekerjasama dengan memberdayakan kantor cabang yang ada di berbagai wilayah untuk menggali jumlah nasabah yang potensial.

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat dalam mengenalkan produk-produk bancassurance terhadap nasabah mempunyai strategi-strategi pemasaran sebagai berikut:

a. Strategi Produk

Hal penting yang harus diperhatikan adalah kualitas produk, dimana jasa yang dijual harus jelas dan berkualitas sehingga nasabah dapat menilai produk sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini yang berkaitan pada produk yang dapat memberikan kualitas

serta pelayanan, dan produk terbaik kepada nasabah, sehingga nasabah tetap menaruh kepercayaan terhadap perbankan.(Fadilah, 2020)

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat memiliki beragam produk bancassurance hasil dari kerjasama dari berbagai perusahaan asuransi syariah yang masing-masing memiliki keunggulan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah Bank Muamalat Banjarmasin.

b. Target Pasar

Pemasaran berdasarkan target akan lebih terarah untuk berkonsentrasi terhadap pemasaran berdasarkan target pasar utama yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini keputusan mengenai penentuan sasaran pasar merupakan keputusan strategi bisnis yang paling menguntungkan bagi perusahaan.(Agustini, 2003)

Berdasarkan analisis, dalam memasarkan produk bancassurance yang menjadi pasar utama ialah nasabah Bank Muamalat Banjarmasin. Produk-produk bancassurance ini dihadirkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah Bank Muamalat terhadap asuransi syariah.

Berdasarkan analisis, ditemukan hambatan dan tantangan Bank Muamalat Banjaramsin dalam pelaksanaan kerjasama bancassurance ialah sebagai berikut:

a. Kendala pasar

Kendala yang dihadapi Bank Muamalat Banjarmasin dalam kerjasama bancassurance ini ialah masih banyaknya nasabah Bank Muamalat belum memahami manfaat asuransi syariah dan masih rendahnya kesadaran nasabah terhadap asuransi syariah.

b. Kendala dari eksternal

Masih rendahnya pemahaman dan kesadaran nasabah Bank Muamalat Banjarmasin terhadap asuransi, sehingga dengan mudahnya menerima informasi-informasi negatif tentang asuransi syariah.

c. Kendala dari internal

Kendala dari internal yang sering dihadapi Bank Muamalat Banjarmasin ialah kendala dari sumber daya manusia (SDM), masih banyak bancassurance officer yang belum sepenuhnya memahami produk bancassurance yang ingin ditawarkan.

## **2. Efektivitas pemasaran produk asuransi syariah melalui bancassurance pada Bank Muamalat Banjarmasin**

Berdasarkan hasil penelitian penyajian data deskriptif kualitatif, efektivitas pemasaran produk asuransi syariah melalui bancassurance pada Bank Muamalat Banjarmasin dapat diketahui bahwa dengan adanya pemasaran asuransi syariah melalui bancassurance menjadi lebih efektif dalam memasarkan asuransi syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah

Bank Muamalat. Hal ini dikarenakan dengan saling berkolaborasi dapat memberikan solusi berasuransi dengan memenuhi prinsip syariat islam, yang dapat membantu nasabah dalam perencanaan keuangan dan nasabah juga merasa dengan membeli produk perbankan juga sekaligus dapat berasuransi syariah.

Efektivitas pemasaran menurut Kotler (1997) menyatakan bahwa efektivitas pemasaran direfleksikan pada tingkat dimana sebuah perusahaan atau divisi dapat mempraktekkan atribut utama dalam orientasi pemasaran yaitu:

1. Filosofi pemasaran yaitu melayani kebutuhan dan keinginan nasabah atau pelanggan.

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat Banjarmasin telah melayani kebutuhan dan keinginan nasabah dengan meberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Bank muamalat juga memberikan berbagai produk-produk bancassurance yang ditawarkan kepada calon nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah.

2. Informasi pemasaran yang memadai yaitu dengan tepat waktunya dalam menyampaikan informasi, dan tepat dalam melakukan riset pasar.

Berdasarkan analisis, Bank Mualamat Banjarmasin memberikan informasi-informasi pemasaran melalui media sosial dan website yang dengan mudah diakses nasabah untuk mencari informasi produk dan promo yang ditawarkan Bank Muamalat. Karena

bancassurance merupakan produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan asuransi nasabah bank maka untuk riset pasar dilakukan kepada nasabah Bank Muamalat itu sendiri sebagai pangsa pasar utama.

3. Orientasi strategis yaitu dengan merancang rencana dan strategi pemasaran secara formal.

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat telah merancang strategi pemasaran untuk memasarkan produk bancassurance ini dengan melakukan strategi produk dan target pasar.

4. Beroperasi secara efisien dengan menggunakan sumber daya pemasaran secara efektif dan fleksibel.

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat telah melakukan pelatihan-pelatihan terhadap bancassurance officer untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat Banjarmasin telah menerapkan 4 atribut utama dalam meningkatkan efektivitas pemasaran. Selain itu kinerja pemasaran juga mengalami peningkatan dengan adanya pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan, sedikit demi sedikit bancassurance officer mulai memahami dan memiliki keterampilan komunikasi yang baik dalam menawarkan dan menjual produk bancassurance kepada calon nasabah.

Dalam saluran pemasaran asuransi syariah melalui bancassurance, aktivitas kerjasama dalam pemasaran produk asuransi oleh Bank

Muamalat Banjarmasin dapat diklasifikasikan menjadi 3 aktivitas kerjasama yaitu sebagai berikut:

a. Referensi

Referensi adalah suatu kegiatan kerjasama memasarkan bancassurance yang mana pihak bank memiliki peran hanya sebagai merekomendasikan atau mereferensikan sebuah produk asuransi syariah kepada nasabah Bank Muamalat dengan memberikan penjelasan mengenai asuransi syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut. (Purba & Maghfiroh, 2022)

Berdasarkan analisis, bancassurance officer Bank Muamalat Banjarmasin atau staff customer service mereferensikan produk bancassurance kepada nasabah Bank Muamalat sesuai dengan kebutuhan mereka terhadap asuransi syariah yang dapat dilihat dari portofolio tabungan nasabah Bank Muamalat dan minat nasabah Bank Muamalat pada bancassurance.

b. Kerjasama Distribusi

Perbankan memiliki peran sebagai distribusi pemasaran bancassurance dengan memberikan penjelasan dan informasi mengenai bancassurance secara langsung kepada nasabah Bank Muamalat. Penjelasan oleh pihak perbankan dilakukan secara tatap muka atau dengan menggunakan sarana komunikasi (Telemarketing). (Purba & Maghfiroh, 2022)

Berdasarkan analisis, penjualan produk bancassurance bank muamalat dapat dilakukan melalui telemarketing, seperti melalui media elektronik, maupun website resmi Bank Muamalat. Bank Muamalat menyediakan berbagai brosur bancassurance dari berbagai perusahaan asuransi syariah yang dapat dilihat di bagian costumer service Bank Muamalat Banjarmasin.

### c. Integrasi Produk

Suatu kegiatan pemasaran produk bancassurance, yang mana pihak perbankan memiliki peran dalam pemasaran produk bancassurance terhadap nasabah Bank Muamalat dengan melakukan penggabungan dan modifikasi produk asuransi syariah dengan perbankan. Dengan membeli suatu produk perbankan nasabah bisa merasakan fitur tambahan yakni proteksi financial yang terdapat pada produk Bancassurance.(Purba & Maghfiroh, 2022)

Berdasarkan analisis, Bank Muamalat mempunyai produk tabungan haji yang mana dilengkapi dengan fitur proteksi terhadap calon nasabah haji selama masa tunggu keberangkatan ibadah haji. Produk ini ialah Asuransi Salam Hijrah Amanah yang merupakan kolaborasi antara Bank Muamalat dan PT SunLife Indonesia.

Berdasarkan analisis, peningkatan efektivitas pemasaran produk asuransi syariah melalui bancassurance dapat dicapai melalui beberapa strategi pemasaran yang merumuskan strategi pemasaran yang dapat



menarik minat nasabah terhadap asuransi dan menyesuaikan asuransi tersebut dengan kebutuhan nasabah Bank Muamalat sebagai pangsa pasar utama. Pemasaran ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah bank muamalat akan terhadap keperluan mereka pada asuransi syariah.

Berdasarkan analisis, jenis pemasaran yang digunakan dalam pemasaran bancassurance ialah salah satunya melalui kemampuan personal selling seorang bancassurance officer. Oleh karena itu, seorang bancassurance officer dituntut untuk memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Banyak perusahaan yang mengandalkan sumber daya manusia (SDM) pemasaran untuk meningkatkan kinerjanya serta juga mengandalkan kemampuan keterampilan komunikasi pemasarnya, termasuk Bank Muamalat Banjarmasin dalam khususnya penjualan melalui produk bancassurance, yang mana diadakan pelatihan-pelatihan agar bancassurance officer mendapatkan pemahaman lebih mengenai asuransi syariah.

Berdasarkan analisis, bancassurance officer perlu memiliki sebuah keterampilan berkomunikasi interpersonal untuk mendorong hubungan yang kuat terhadap calon nasabah. Keterampilan komunikasi sangatlah penting dalam memasarkan dan mengenalkan produk-produk asuransi syariah. Dengan mengembangkan komunikasi yang baik dengan calon nasabah maka akan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas terhadap Bank Muamalat Banjarmasin.

Berdasarkan analisis, ditemukan fakta bahwa masih banyaknya bancassurance officer yang belum sepenuhnya memahami konsep asuransi. Hal ini sesuai dengan jurnal ilmiah yang ada bahwa tidak tercapainya tujuan pemasaran disebabkan oleh lemahnya pengetahuan bancassurance officer dalam memahami produk yang akan ditawarkan kepada calon nasabah, kurangnya keterampilan komunikasi yang dimiliki bancassurance officer, serta motivasi yang kurang untuk meningkatkan penjualan produk bancassurance. (Martiana, 2018)