

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam mengajarkan bagaimana membangun kehidupan yang membuahkan akhlak mulia. Asuransi sebagai lembaga keuangan nonbank, terorganisir secara rapi dalam bentuk sebuah perusahaan dan berorientasi pada aspek bisnis kelihatan secara nyata pada era modern. Pada hakikatnya, secara teoritis semangat yang terkandung dalam lembaga asuransi tidak bisa di lepaskan dari semangat sosial dan saling tolong menolong antar sesama manusia. QS.Al-Maaidah/5:2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“Tolong menolong lah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.¹

Asuransi bertujuan untuk tolong-menolong atau proteksi atas kerugian keuangan yang di timbulkan oleh peristiwa tak terduga sebelumnya, usaha asuransi merupakan suatu mekanisme yang memberikan perlindungan pada tertanggung, secara rasional para pelaku bisnis akan mempertimbangkan usaha untuk mengurangi risiko yang dihadapi apabila ada salah satu keluarga menghadapi risiko cacat atau meninggal dunia.²

¹ Tim Penerjemah Al-qur'an Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Robbani Terjemah perkata* (Jakarta: PT Surya Prima Sinergi, 2012), hlm. 107.

² Ali Hasan, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam* (Jakarta: prenada Media 2004) hlm.6.

Tidak seorang pun yang dapat meramalkan apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang secara sempurna, meskipun dengan menggunakan berbagai alat analisis, setiap ramalan yang akan di lakukan tidak akan lepas dari kesalahan perhitungan yang telah di lakukan, penyebab melesatnya hasil lamaran karena dimasa yang akan datang penuh dengan ketidakpastian seperti maut dan rejeki³

Asuransi atau pertanggungan timbul karena kebutuhan manusia. Seperti telah dimaklumi, bahwa dalam mengarungi hidup dan kehidupan ini, manusia selalu di hadapkan kepada sesuatu yang tidak pasti, yang mungkin menguntungkan, tetapi mungkin pula sebaliknya. Manusia mengharapkan keamanan atas harta benda mereka, mengharapkan kesehatan dan kesejahteraan tidak kurang sesuatu apapun, namun manusia hanya dapat berusaha, tetapi TuhanYang Maha Kuasa yang menentukan segalanya. Oleh karena itu, setiap insan tanpa kecuali di alam fana ini selalu menghadapi berbagai risiko yang merupakan sifat hakiki manusia yang menunjukkan ketidakberdayaannya dibandingkan sang Maha Pencipta. Kemungkinan menderita kerugian yang dimaksud disebut risiko.⁴

Jadi inilah peluang yang bagus bagi agen asuransi dalam memasarkan produk di asuransi syariah, seorang agen harus memiliki prinsip-prinsip yang kuat sebagai pedoman bagi para agen. Penulis berpendapat bahwa prinsip dalam pemasaran asuransi syariah harus mengandung nilai Iman, yang merupakan

³*Ibid*, hlm. 7.

⁴ Junaedy Ganie, *Hukum Asuransi Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm.1.

kependekkan dari: ikhtiar, manfaat, amanah, dan nasihat. Ikhtiar suatu bentuk usaha agen asuransi syariah dalam memasarkan produk di PT Takaful Keluarga Ro (Refresentative office) Az-Zahra Banjarmasin dengan memasarkan produk sesuai dengan potensi yang dimiliki untuk mewujudkan visi dan misi agen dalam menarik hati nasabah.

Dalam memasarkan produk asuransi agen harus melihat produk yang bermanfaat bagi nasabah dan harga terjangkau sesuai kemampuan nasabah agar resiko yang akan di hadapi nasabah bisa teratasi oleh pihak asuransi. Sebelum seorang agen memasarkan produk dia harus tahu produk yang bermanfaat buat nasabah yang bisa membantu dan meringankan resiko nasabah.

Agan asuransi syariah yang jujur akan memiliki harga diri, kehormatan dan kemuliaan di mata nasabah, yang terpenting di mata Allah Swt. Allah akan mengangkat derajat seorang agen yang jujur seperti derajat para nabi, para siddiq dan para syuhada. Sebaliknya tipu daya dengan cara obral janji, merayu dan isi/muatan produk yang tidak benar hanya untuk mendapatkan untung, niscaya akan menghancurkan diri-sendiri dan *kredibilitas* perusahaan yang diwakilkannya. Kembali kita ingatkan bahwa jatah rezeki telah ditetapkan oleh Allah Swt, jadi untuk apa kita berbuat licik, bohong dan melakukan tipu daya.⁵

التَّاجِرُ الصَّدُوقِ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ, وَالصَّدِيقِينَ, وَالشُّهَدَا

⁵Abdullah Amrin, *Strategi Menjual Asuransi Syariah* (Jakarta:PT Elex Media Komputindo 2012), hlm. 5.

Pedagang yang jujur kelak akan tinggal bersama para nabi, siddiqin dan syuhada. (HR. Tirmidzi dan Al-Hakim)

Adanya risiko dalam sebuah kejadian belum dapat di pastikan, sementara kemungkinan bagi seseorang akan mengalami kerugian atau kehilangan yang dihadapi oleh setiap manusia merupakan suatu hal yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, kemungkinan timbulnya risiko adalah suatu hal yang diusahakan untuk tidak terjadi.⁶

Lembaga asuransi atau pertanggung jawaban sebagai lembaga pelimpahan risiko, setiap kemungkinan terhadap bahaya menderita kerugian itu pasti diasuransikan atau dipertanggung jawaban. Hampir setiap gerak gerik dan aktivitas baik pribadi ataupun badan-badan usaha itu selalu dilindungi oleh suatu perjanjian pertanggung jawaban yang mereka adakan, atau dengan perkataan lain setiap kemungkinan risiko itu selalu dipertanggung jawaban, semakin orang merasa tidak aman, maka orang selalu berusaha mengasuransikan segala kemungkinan risiko yang mungkin timbul makin banyak yang merasa tidak aman makin banyak yang mengalihkan risiko kepada pihak lain. Seperti kepada perusahaan Asuransi.⁷

Tuntutan kebutuhan terhadap pertanggung jawaban asuransi terus berkembang mengikuti tingkat kompleksitas risiko yang timbul dan mengancam pribadi maupun dunia usaha. Industri asuransi dapat memegang peranan penting bagi perekonomian suatu bangsa dalam bentuk penyediaan pengambil alihan risiko,

⁶Junaedy Ganie, *Hukum Asuransi Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), hlm. 2.

⁷Suparman Sastrawidjaja, *Hukum Asuransi* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm.11.

yang baik untuk perlindungan mereka terhadap risiko yang timbul dari ketidakpastian.⁸

Salah satu kiat yang dikembangkan oleh asuransi syariah adalah prinsip tolong menolong, yaitu setiap pemegang polis wajib memberikan derma untuk keperluan dana tolong menolong. Jika terjadi resiko kepada nasabah lain maka uang nasabah akan di pakai perusahaan, untuk membantu nasabah yang mendapat resiko jadi uang nasabah di gunakan dalam tolong menolong antar nasabah⁹

Seorang agen asuransi menolong masyarakat dalam mengatasi resiko, kegiatan yang wajib dilakukan setiap harinya adalah mencari nasabah. Untuk mendapatkan calon nasabah, seorang agen melakukan kegiatan pemasaran secara bertahap, mulai dari mencari nasabah di lingkungan keluarga, kemudian lingkungan pertemanan, dan lingkungan masyarakat luas. Hal tersebut, tidak dipungkiri bahwa pekerjaan seorang agen asuransi setiap harinya harus berkeliling mencari nasabah secara *door to door* dan oleh karena itu agen harus bisa menciptakan strategi pemasarannya. Keberhasilan seorang agen asuransi terletak bagaimana agar bisa terus mengembangkan market nya.

Namun untuk mengembangkan market bukan lah perkara yang mudah, masih banyak masyarakat Indonesia yang merasa belum membutuhkan polis asuransi dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang asuransi, kegunaan asuransi, dan bagaimana mendapatkan produk asuransi jiwa tersebut. Disamping faktor masyarakat, seorang agen juga harus bersaing dengan sesama agen satu atap

⁸Sri Rejeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm.7.

⁹*Ibid*, hlm.8.

maupun kompetitor perusahaan asuransi lainnya. Untuk mengembangkan pemasaran asuransi, seorang agen bisa memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi pemasaran. Mulai dari membuat blog, memuatnya di iklan online, membuat iklan di sosial media dan sebagainya.

Maka seorang agen harus memiliki strategi yang membuat nasabah bisa bergabung dalam perusahaan asuransi, agen menjelaskan keinginan nasabah yang mau kualitas pelayanan yang cepat serta bagus. Pelayanan yang di kerjakan secara profesional akan memberikan keuntungan besar bagi agen dan perusahaan. nasabah akan menjatuhkan pilihan dan merasa puas dengan penjelasan agen dan memilih perusahaan tersebut untuk dia bergabung dalam menggunakan jasa asuransi yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepadanya.¹⁰

Menurut pengamatan penulis PT Takaful Keluarga RO AZ-Zahra cabang Banjarmasin memiliki *kredibilitas* dan *eksistensi* yang cukup baik dan kuat menghadapi persaingan bisnis asuransi yang sekarang makin bertambah banyak perusahaan-perusahaan asuransi, khususnya Banjarmasin dan sekitarnya.

Pada masa-masa yang akan datang tentunya prinsip modal dasar dari para agen pemasaran akan sangat di harapkan, karena jika hanya mengandalkan efektivitas dari perbankan syariah maupun kerja sama institusi lainnya tidak selamanya dapat menjadi andalan, sebab di samping persaingan perusahaan perusahaan Asuransi lain yang juga membuka layanan syariah dengan melihat pangsa pasar yang tersedia.¹¹

¹⁰*Ibid*, hlm. 13.

¹¹ Kasmir, *Bank dan lembaga keuangan lainnya* (Jakarta: PT raja grafindo 2008) hlm.291

semakin banyak mendapatkan informasi mengenai berbagai peluang atau kesempatan bisnis. jika kita ingin kuasai dunia maka kuasailah informasi. Sebagaimana terdapat dalam suatu hadis nabi yang di riwayatkan oleh bukhari.

مَنْ أَحَبَّ أَنْ يُبْسَطَ لَهُ فِي رِزْقِهِ، وَيُنْسَأَ لَهُ فِي أَجَلِهِ، فَلْيَتَّقِ اللَّهَ، وَلْيَصِلْ رَحْمَهُ ُ

“Siapa yang ingin murah rejekinya dan panjang umurnya maka hendaklah ia mempererat hubungan silaturahmi. “(HR.Bukhari)¹²

Dalam perspektif ekonomi Islam, ada beberapa modal dasar sikap yang harus dimiliki seorang agen asuransi syariah yang tercermin dalam sikap profesionalisme dalam perannya sebagai penjualan asuransi syariah, rasa bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis, tidak mudah putus asa, jujur, dapat di percaya, sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan .¹³

Seorang agen harus mempunyai disiplin dalam menentukan pertemuan kepada nasabah. pertemuan untuk menjelaskan produk takaful, pastikan datang tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian jadi nasabah tidak kecewa dengan agen supaya apa yang kita jelaskan tentang produk takaful bisa di pahami nasabah.

Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka analisis prinsip modal dasar agen Asuransi syariah di PT Takaful Keluarga RO Az-Zahra Banjarmasin sangat menarik untuk diteliti untuk memacu semangat agen pemasaran, sebagaimana untuk di terapkan pada Asuransi syariah PT Takaful keluarga RO AZ-Zahra Banjarmasin yang akad-akadnya berdasarkan syari'ah islam maka

¹²*Ibid*, hlm .9.

¹³ *Ibid*, hlm.10.

inilah penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Prinsip Modal Dasar Agen Dalam Memasarkan Produk Asuransi Syariah di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Banjarmasin”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis prinsip modal dasar agen memasarkan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan pada calon nasabah?
2. Apa kendala agen dalam memasarkan produk-produk di PT Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Banjarmasin?
3. Apa kelebihan dan kekurangan perusahaan asuransi syariah PT Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui analisis prinsip modal dasar agen memasarkan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan pada calon nasabah
2. Untuk mengetahui kendala agen dalam memasarkan produk-produk di PT Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Banjarmasin
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan perusahaan Asuransi Syariah PT Takaful Keluarga Ro Az-Zahra

D. Signifikasi Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna untuk:

1. Bahan untuk mengetahui tentang asuransi syariah.
2. Bahan ilmiah untuk menambah wawasan penulis dan pembaca.
3. Bahan pustaka bagi perpustakaan fakultas dan perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang penulis teliti, jadi adanya batasan istilah yang dipakai dalam penelitian ini,

1. Prinsip adalah asas kebenaran yang menjadi pokok berpikir¹⁴ Pokok berpikir seorang agen dalam memasarkan asuransi syariah, prinsip dalam pemasaran asuransi syariah mengandung nilai Iman, yang merupakan Ikhtiar, manfaat, amanah dan nasihat. Yang harus dimiliki seorang agen dalam memasarkan produk asuransi syariah.
2. Modal dasar adalah modal utama¹⁵ Modal utama seorang agen dalam memasarkan produk asuransi syariah kepada nasabah
3. Agen asuransi adalah wakil perusahaan asuransi yang mencari nasabah yang mau berasuransi dan melayani nasabah yang mau mengetahui secara

¹⁴Umi Chulsum dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Khasiko, 2006), hlm.548.

¹⁵*Ibid*, hlm.466

dalam tentang asuransi.¹⁶ Agen asuransi yang memberikan penjelasan tentang produk-produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah

4. Asuransi Syariah adalah pertanggung (perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran apabila terjadi sesuatu terhadap jiwa atau barang yang dijamin.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka dalam penelitian ini sangat diperlukan untuk menghindari penelitian yang sama dengan peneliti yang akan di teliti. Penelitian yang di maksud yaitu:

Skripsi Tuti Hasanah (1001156339) Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin 2010 dengan Judul *Strategi Pemasaran Produk Kumpulan PT. Asuransi Syariah Mubarakah Banjarmasin*. Hasil Temuan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran produk kumpulan yaitu: faktor lingkungan makro yang meliputi demokrafis, kondisi ekonomi, sosial dan kebudayaan, politik dan hukum dan teknologi serta faktor lingkungan mikro meliputi bagian internal perusahaan, pemasok, perantara perusahaan, pelanggan, pesaing dan publik. Persamaan judul ini dengan penelitian penulis sama-sama membahas strategi dalam memasarkan

¹⁶ Tim Redaksi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai pustaka 2005), hlm.12.

semua produk asuransi syariah, perbedaan judul ini dengan judul penulis berbeda tempat Perusahaan asuransi syariah yang di teliti.¹⁷

Skripsi Oktovina Yesi Putranti (1111046200008) Jurusan Asuransi Syariah. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2015 dengan judul *Strategi Pemasaran Agen Dalam mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah pada PT Prudential*. Hasil temuan: strategi pemasaran yang menggunakan cara mempertahankan nasabah yang sudah masuk Asuransi. Persamaan judul ini dengan judul penulis sama-sama meningkatkan strategi agen dalam pemasaran Asuransi Syariah untuk bisa mendapatkan nasabah. Perbedaan judul ini dengan judul penulis judul ini mengarah kepada satu produk sedangkan judul penulis mengarah kepada semua produk di perusahaan Asuransi Syariah PT Takaful Keluarga Ro Az-zahra Banjarmasin.¹⁸

Skripsi Afrina Dona (10825003978) Jurusan Ekonomi Islam. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 2012 dengan judul *Strategi Pemasaran Asuransi Siaga Koe dalam Perspektif Ekonomi Islam di PT Asuransi Bumi putera Muda*. Hasil Temuan Strategi Pemasaran yang dilakukan Pt Asuransi Bumi Putera Muda dengan menentukan segmentasi pemasaran terlebih dahulu. Persamaan Judul ini dengan Judul penulis sama-sama memasarkan Asuransi Syariah dengan strategi Ekonomi Islam.

¹⁷Tuti Hasanah, *Strategi Pemasaran Produk Kumpulan PT. Asuransi Syariah Mubarakah Banjarmasin* (Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Banjarmasin 2010)

¹⁸Oktovina Yesi Putranti, *Strategi Pemasaran Agen Dalam mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah pada PT prudential* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta. 2015)

Perbedaan judul ini dengan judul penulis, judul ini hanya memberikan strategi agen dalam menawarkan Asuransi ke nasabah yang sangat nasabah butuhkan produknya saat ini sedangkan judul penulis memberikan strategi agen dalam menawarkan semua produk.¹⁹

Permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini lebih menitikberatkan pada *Analisis Prinsip modal dasar Agen dalam Memasarkan produk Asuransi Syariah PT Takaful Keluarga Ro AZ-Zahra Banjarmasin* peneliti akan meneliti lebih dalam sikap agen memasarkannya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini di kelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

Bab kesatu yang terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan alasan peneliti memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang diteliti. Rumusan masalah mencari masalah yang sudah tergambar, tujuan penelitian untuk mengetahui hasil yang di inginkan, signifikansi penelitian, kajian pustaka, definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas dan sistematika penulisan merupakan susunan skripsi keseluruhan.

¹⁹Afrina Dona, *Strategi Pemasaran Asuransi Siaga Koe dalam Perspektif Ekonomi Islam di PT Asuransi Bumi putera Muda* (Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau, Riau. 2012)

Bab kedua landasan teori yang menguraikan teori-teori umum prinsip modal dasar agen, kendala agen dalam memasarkan asuransi syariah, kemampuan yang harus dimiliki agen, asuransi syariah, pemasaran. Pada bab ini akan dijabarkan masalah-masalah yang akan berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku dan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan juga sumber informasi dari penelitian serta dijadikan tolak ukur dari penyajian data yang di temukan dalam penelitian dan pedoman penganalisisan data yang penulis lakukan .

Bab ketiga merupakan metodologi penelitian yaitu menguraikan lebih secara singkat mengenai objek penelitian dan metode yang di gunakan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti jenis penelitian, sifat, lokasi, subjek, dan objek, jenis dan sumber data, tehnik pengumpulan data dan analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab keempat merupakan laporan hasil penelitian, yaitu berisi tentang hasil dan analisis data serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab kelima penutup, yaitu berisi kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan penulis dan saran-saran yang di anggap perlu oleh penulis.