

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai agama islam rahmatan lil'alamin, pada dasarnya islam membuka peluang kepada siapapun untuk mengembangkan usahanya dan merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik, sosial, ekonomi, politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual.¹

Perusahaan Asuransi adalah pertanggungan atau perjanjian antara ke dua pihak atau lebih dimana pihak penanggung mengingatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atau meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.²

¹Philip Kotler, et. al. Eds., *Marketing Management An Asia Perpective*, terjd. Fandy Tjiptono (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 16.

²Hermawan Kartajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan Pustaka, 2003), hlm. 86.

Tujuan Asuransi adalah seseorang yang ikut asuransi syariah sudah pasti memiliki tujuan tertentu, baik perlindungan atas risiko, manfaat tabungan maupun manfaat-manfaat lain yang diberikan oleh perusahaan.³

Strategi pemasaran adalah mempunyai peranan penting untuk mencapai suatu tujuan baik itu keberhasilan usaha maupun dalam bentuk saling melindungi dan saling tolong-menolong, oleh karena ini bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan usaha. Strategi pemasaran ialah suatu pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan oleh kondisi persaingan.⁴ Strategi pemasaran adalah produk fulnadi (Takaful dana pendidikan asuransi syariah) Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin. Dalam penelitian ini penulis meneliti menggunakan kualitatif, yaitu mendiskripsikan data yang diperoleh dari lapangan yang mengenai permasalahan penelitian diatas.⁵ Dalam menjawab permasalahan diatas penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dimaksud untuk memaparkan atau menggambarkan keadaan atau fenomena sebagaimana adanya pada saat penelitian lakukan, yaitu memaparkan data tentang strategi pemasaran produk fulnadi (takaful dana pendidikan asuransi syariah) Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin.

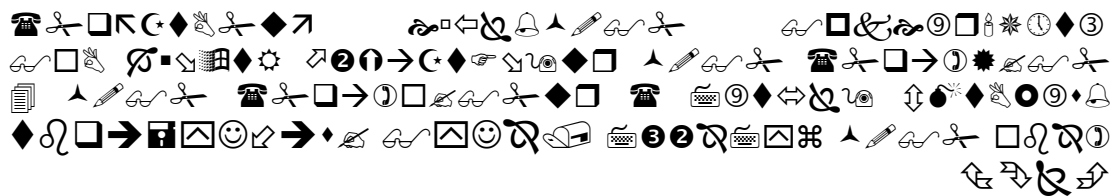
³Selvia Erina, *Bank Lembaga Keuangan Syariah*, Ed 2, (Yogyakarta: Ekonomis, 2003), hlm. 96.

⁴Ikatan Bankir , *Mengelola bisnis bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 55.

⁵Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola bisnis pembiayaan bank syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015), hlm. 221.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan wawancara, dan dokumentasi tersebut.⁶

Pada dasarnya islam mengakui bahwa kecelakaan, kemalangan dan kematian merupakan qadhar dari Allah SWT. Hal ini tidak dapat ditolak. Hanya saja kita diperintahkan untuk membuat perencanaan untuk menghadapi hari depan. Dalam Firman Allah Q.S Al-Hasyr ke: 59 Ayat-18



“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.⁷

Ayat ini memerintahkan kepada kita untuk mempersiapkan ihtiar lain dengan saudara-saudara kita lain yang lainnya, jika takdir “menjemput kita maka persiapan-persiapan untuk keluarga yang kita tinggalkan dalam batas tertentu tersedia. Demikian kita tidak meninggalkan keluarga yang sengsara sepeninggal kita, terutama bagi sang ayah sebagai tulang punggung ekonomi keluarga.⁸

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa beransuransi tidak bertentangan dengan qadha dan qadhar Allah SWT. Bahkan Allah SWT sangat

⁶Saifuddin , *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997), hlm. 35.

⁷Departemen, Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Al-Mushlin), hlm. 55.

⁸Ikatan Bankir Indonesia, *op. cit.*, hlm. 219.

menganjurkan adanya upaya-upaya yang menuju kepada perencanaan masa depan dengan sistem poiteksi sebagaimana yang dikenal dengan mekanisme asuransi. Namun, dalam mekanisme asuransi konvensional yang ada saat ini terutama asuransi jiwa, paling tidak ada tiga hal yang masih diharamkan oleh para ulama, yaitu adanya unsur” *gharar*” (ketidak jelasan dana), unsur “ maisir” (judi/gambling) dan “riba” (bunga). Ketiga hal ini lah yang dileminir dalam mekanisme takaful, sehingga membedakannya dengan asuransi konvensional. Melindungi dari berbagai kesusahan dan memberikan rasa aman bagi para nasabah ini menyediakan berbagai macam produk yang ditawarkannya, perusahaan asuransi takaful ini secara terbuka menawarkan salah satu produk asuransi takaful yang menarik adalah takaful dana pendidikan (fulnadi), produk ini mempersiapkan anak-anaknya untuk mendapatkan pendidikan yang layak sampai meraih gelar sarjana.⁹

Takaful Keluarga dengan unsur tabungan adalah seperti berikut ini:

1. Rekening tabungan, yaitu rekening tabungan peserta.
2. Rekening khusus/ tabarru’ yaitu rekening yang diniatkan dan di gunakan untuk membayar klaim (manfaat takaful) kepada ahli waris apabila di gunakan untuk membayar klaim (manfaat takaful) kepada ahli waris apabila ada di antara peserta yang meninggal dunia atau mengalami musibah lainnya.
3. Premi takaful akan di satukan ke dalam’ kumpulan dana peserta’ yang selanjutnya di investasikan dalam pembiayaan-pembiayaan yang akan di

⁹Ikatan Bankir Indonesia, *op, cit.* hlm. 115.

benarkan secara syariah. Keuntungan yang di peroleh dari investasi itu akan di bagikan sesuai dengan perjanjian *mudhrabah* yang akan di sepakati bersama misalnya 70% dari keuntungan peseta dan 30% untuk perusahaan takaful.¹⁰ Upaya pemasaran produk takaful dana pendidikan (fulnadi) maish perlu di lakukan lebih intens lagi, dengan cara pendekatan pihak asuransi takaful kepada nasabah dan calon nasabah, memberitahu atau memperkenalkan serta membangun strategi pemasaran nasabah asuransi takaful itu sendiri terhadap penggunaan takaful dana pendidikan (fulnadi). Kebutuhan dan kepuasan nasabah dapat di penuhi apabila pihak asuransi takaful memhami perilaku konsumen yang dalam hal ini adalah nasabah.

4. Membangun strategi pemasaran nasabah itu sangatlah tidak mudah, tetapi walaupun demikian pihak asuransi takaful sendiri harus mampu menciptakan sebuah strategi pemasaran terhadap nasabahnya, karena apabila seseorang nasabah itu dalam strategi pemasaran terhadap produk apa saja yang ditawarkan oleh asuransi takaful khususnya produk takaful dana pendidikan (fulnadi), maka sangatlah menguntungkan bagi ausransi takaful tersebut.¹¹
5. Sebagian proses pengambilan keputusan, perilaku konsumen untuk menjadi nasabah sangat di pengaruhi oleh faktor intern, sepperti sikap, persepsi, motivasi, dan faktor eksteren, seperti pengaruh kelompok referensi, pendidikan kondisi sosial dan keluarga. Di samping itu dari pihak asuransi takaful ada

¹⁰*Ibid*, hlm. 165.

¹¹Paul N. Bloom dan Louise N. Boone, *loc, cit*, hlm. 180.

beberapa akibat maupun faktor yang dapat mempengaruhi sikap maupun perilaku nasabah di suatu lembaga keuangan khususnya di asuransi takaful.

6. Seperti lokasi asuransi takaful di kawasan segala sarana dan mengetahui alasannya nasabah memutuskan untuk menjadi nasabah di asuransi takaful tersebut, pihak asuransi itu sendiri akan mendapat gambaran mengenai siapa nasabahnya, untuk keperluan apa, maupun mereka.

Masyarakat sebagai konsumen atau pasar yang di tuju oleh industri lembaga keuangan syariah memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih asuransi takaful yang akan di gunakannya, hal tersebut dapat di lihat dari faktor tingkat manfaat yang akan di tawarkan oleh asuransi takaful kepada masyarakat dalam takaful dana pendidikan (fulnadi) di bandingkan dengan manfaat yang di tawarkan oleh lembaga keuangan lainnya seperti pelayanan dan juga kenyamanan yang di uraikan oleh masyarakat dalam hal kemudahan melakukan transaksi pembiayaan di asuransi syariah.¹² Faktor-faktor menjadi pertimbangan masyarakat untuk memilih produk takaful pendidikan (fulnadi) pada lembaga khususnya pada asuransi takaful, baik secara langsung maupun tidak langsung dapat membentuk strategi pemasaran pada diri masyarakat akan asuransi yang di jadikan sebagai pilihan yang di percayai.¹³ Oleh karena itu strategi pemasaran pelanggan atau nasabah terhadap suatu produk merupakan salah satu asset dari produk yang menunjukkan sikap maupun perilaku nasabah di suatu

¹² Muhammad iqbal, *loc. cit.* hlm. 178.

¹³ *Ibid*, hm. 206.

lembaga khususnya di asuransi takaful syariah.¹⁴ Keberhasilan suatu produk pendidikan khususnya takaful dana pendidikan (fulnadi) pada asuransi adalah tanggung jawab bersama pihak, mulai dari pengurus, pengelola, masyarakat sekitar, para nasabah dan pihak-pihak yang ada kaitannya dengan produk takaful dana pendidikan (fulnadi). Dalam pendidikan, asuransi sekarang juga ikut berperan dalam hal perencanaan keuangan pada pendidikan anak. Dalam ajaran islam, ada perintah, “Menurut ilmu adalah wajib bagi setiap muslim”. Mengingat bahwa pentingnya pendidikan bagi anak merupakan hal yang sangat perlu di perhatikan oleh setiap orang tua, mendidik anak, agar memiliki aqidah dan keimanan yang benar adalah salah satu kewajiban orang tua. Banyak berita yang mengatakan bahwa zaman sekarang anak-anak yang tidak sekolah bahkan putus sekolah di karenakan kekurangan biaya, meskipun pemerintah sudah menjalankan program pendidikan sembilan tahun, namun tidak pada jenjang selanjutnya. Perusahaan asuransi adalah pertanggungan atau perjanjian antara kedua belah pihak atau pihak lebih dimana pihak penanggung mengingatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan suatu pembayaran yang di dasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.¹⁵

Strategi pemasaran merupakan suatu hal cara untuk oleh sebab itu, dan tepat agar dapat memenuhi melaksanakan pemasaran dengan cara yang benar dan tepat

¹⁴Ari setiyaningrum dan yusuf udaya, *loc., cit.* hlm. 201.

¹⁵*Ibid*, hlm. 225.

agar dapat memenuhi sasaran yang efektif. Konsep syariah marketing, tidak semata-mata menghitung untung rugi, dalam menjalankan usaha juga harus disertai dengan keikhlasan untuk mencari keridhaan Allah SWT.¹⁶ Pemasaran dalam perusahaan memegang penting terutama dalam usaha untuk mencapai tingkat penjualan produk yang diharapkan. Pemasaran bisa diartikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang mencakup individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuh dan inginkan dengan cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan jasa yang bernilai pihak lain. pemasaran berusaha dan menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan perusahaan.¹⁷ Dalam pendidikan, asuransi sekarang juga ikut berperan dalam hal perencanaan keuangan pada pendidikan anak. Dalam ajaran islam, ada perintah, “Menurut ilmu adalah wajib bagi setiap muslim”. Mengingat bahwa pentingnya pendidikan bagi anak merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan oleh setiap orang tua, mendidik anak, agar memiliki aqidah dan keimanan yang benar adalah salah satu kewajiban orang tua. Banyak berita yang mengatakan bahwa zaman sekarang banyak anak-anak yang tidak sekolah bahkan putus sekolah dikarenakan kekurangan biaya, meskipun pemerintah sudah menjalankan program pendidikan sembilan tahun, namun tidak pada jenjang selanjutnya. Mengingat biaya pendidikan dari tahun ke tahun yang menyebabkan banyak anak-anak putus sekolah. Maka dari itu sebagai orang tua hendaknya

¹⁶*Ibid*, hlm. 120.

¹⁷Surya yuliawati, *Analisis Strategi pemasaran* pada PT. Biorfamaka Indonesia, Bogor (Skripsi Fakultas Pertanian Institut, Bogro. 20008), hlm. 8.

memiliki perencanaan keuangan untuk pendidikan anak. Dengan perencanaan dana pendidikan ini pula, anak dapat memutuskan menimba ilmu yang ia butuhkan saat menginjak dewasa, juga dapat menjalankan kewajibannya dalam mencari ilmu untuk bekal hidupnya kelak. Dan hendaknya para orang tua mampu menyiapkan perencanaan pendidikan anak yang sesuai dengan syariah islam.¹⁸

Asuransi takaful dana pendidikan adalah salah satu produk dari asuransi takaful keluarga (jiwa). Asuransi takaful keluarga (jiwa) merupakan perusahaan operasional PT. Syarikat Takaful Indonesia. PT. Syarikat Takaful Indonesia merupakan perusahaan asuransi pertama yang didirikan pada tahun 1994 yang menjalankan aktivitas usahanya berdasarkan prinsip syariah. Asuransi dana pendidikan atau disebut juga dengan fulnadi ini merupakan salah satu produk yang mengandung tidak investasi, selain memberikan perlindungan asuransi kepada anak sebagai peserta, juga menawarkan tahapan manfaat pendidikan bagi penerima hibah (anak) mulai masuk TK, SD, SM, SMA sampai perguruan tinggi yang sesuai dengan kondisi keuangan kita. Perusahaan Asuransi adalah pertanggungungan atau perjanjian antara ke dua belah pihak atau pihak atau lebih dimana pihak penanggung mengingatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.¹⁹

¹⁸Paul N. Bloom & Louise N. Boone, *Strategi Pemasaran produk*, (Jakarta: KDT, 2006), hlm. 75.

¹⁹*Ibid*, hlm. 80

Dalam bauran pemasaran merupakan komponen yang diperlukan dalam pemasaran untuk mencapai suatu tujuan pemasaran pada suatu target marketing. *Marketing mix* terdiri dari 4P, antara lain *product*, (produk), *price*, (harga), *promotion* (promosi), dan *place* (tempat).²⁰

Takaful adalah adalah merupakan program takaful yang meberikan berinvestasi sekaligus beransuransi syariah. Program ini menawarkan hasil investasi yang optimal, yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana. Produk ini juga memberikan manfaat perlindungan jiwa maksimal hingga 70 dengan manfaat santunan yang bisa disesuaikan.²¹

Takaful fulndi juga memberika keuntungan yang dapat dimiliki anda atau keluarga keuntungan ini bisa memilih masa pembayaran kontribusi sesuai dengan kemampuan dan pastikan membayar kontribusi secara teratur, semakin lama membayar kontribusi maka semakin besar hasil investasi yang didapatkan.

Berdasarkan uraian di atas, menarik untuk dikaji mengenai strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin untuk menghadapi masalah persaingan. Strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar yang akan datang dilakukan perusahaan dalam melakukan serta sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan

²⁰Ikatan Bankir Indonesia, *op, cit.*, hlm. 219.

²¹*Ibid*, hlm. 223.

kesempatan atau peluang pada pasar sasaran dengan menggunakan kekuatan yang ada di perusahaan tersebut. Strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²²

Sehingga untuk lebih mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran produk yang dilakukan PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dalam Memasarkan Produk Fulnadi Asuransi Syariah dalam menjalankan suatu bisnis yang telah disepakati oleh para peserta ke perusahaan tersebut sebagai objek penelitian. Maka dari itu penulis tertarik untuk menulis judul ini. **“Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan untuk memudahkan penelitian maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran produk yang dilakukan PT Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fulnadi Asuransi Asuransi Syariah?
2. Apakah hambatan strategi dalam pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin?

²²Heri sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Ed. Ke-2, (Yogyakarta: Ekonisia,m 2003), hlm. 96.

C. Tujuan penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini Yaitu:

1. Untuk mengetahui Strategi pemasaran produk yang dilakukan PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fulnadi Asuransi Syariah
2. Untuk mengetahui hambatan strategi dalam pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin

D. Signifikansi Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan penelitian dapat memberikan sumbangan-sumbangan kajian teoritis dan praktis bagi pihak-pihak hasil dari penelitian ini diharapkan berguna sebagai:

1. Penulis

Sebagai sarana pembelajaran dan pemahaman pengetahuan dan wawasan dan memahami di bidang asuransi syariah dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan serta sebagai partisipasi penulisan dalam membangun ilmu pengetahuan terutama dalam disiplin ilmu syariah.

2. Pihak universitas Antasari Banjarmasin

Sebagai kontribusi dari penulis untuk menambah khazanah keilmuan dan karya ilmiah ke perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

3. Pihak Perusahaan

Perusahaan dapat memanfaatkan hasil dari penelitian sebagai bahan masukan dalam strategi pemasaran khususnya ditujukan kepada pihak agen atau nasabah dalam melakukan promosi terhadap produk agar mendapatkan pelanggan serta mencapai target diminta perusahaan.

4. Pihak pembaca

Hasil penelitian ini di harapkan mampu memberikan inspirasi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi dan acuan lebih lanjut untuk penelitian berikutnya dalam menyelesaikan permasalahan bersama.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pengertian yang dikehendaki pada penelitian ini, maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi yaitu rencana cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²³ Jadi strategi yang penulis maksud di sini adalah cara atau metode yang dilakukan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan, khususnya strategi dalam bidang pemasaran.
2. Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pemasaran yang penulis maksud di sini adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat agar sesuai dan tepat

²³Fandy Tjiptono: 1997, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Persada, 2016), hlm. 11.

kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran, pemasaran yang penulis maksud di sini adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat agar sesuai dan tepat sasaran.²⁴ Bagi perusahaan kegiatan pemasaran merupakan suatu hal yang pokok dalam mencapai tujuan karena kegiatan pemasaran diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan harus dapat menganalisa faktor permintaan yang mempengaruhi penjualan. Setelah kita mengetahui definisi awal mengenai pemasaran secara umum melainkan keseluruhan proses dalam perusahaan yang mempertukarkan sebagai atau jasa perusahaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabah.

3. Produk *fulnadi* adalah suatu program asuransi dan tabungan yang menyediakan pola penarikan dana disesuaikan dengan kebutuhan dan terkait biaya pendidikan anak (penerima hibah) serta memberikan manfaat berupa pembayarannya santunan kepada ahli waris apabila peserta mengalami musibah meninggal dunia atau cacat tetap total dalam periodel akad *wakalah*.²⁵

²⁴Malayu S,P, Hasibua, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), Cet. 2, hlm. 143.

²⁵Abdul Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hlm.

F. Kajian Pustaka

Melihat berbagai penelitian terdahulu yang penulis lakukan, berkaitan dengan masalah strategi pemasaran produk fulnadi pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin, maka telah ditemukan penelitian-penelitian yang sebelumnya yang juga mengkaji tentang persoalan strategi. Namun demikian ditemukan substansi yang berbeda dengan persoalan yang akan penulis angkat, penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Selvia Erina NIM (060115786), tahun 2011, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin dengan skripsi yang berjudul *Loyalitas Nasabah Terhadap Produk Takafu Dana Pendidikan (Fulnadi) pada Asuransi Takaful Cabang Banjarmasin*. penelitian ini membahas tentang strategi terhadap produk takaful dana pendidikan (fulnadi) Pada Asuransi Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin.²⁶

Sedangkan peneliti ingin meneliti tentang Strategi pemasaran nasabah terhadap pemabayaran premi Pada PT. Takaful Keluarga dengan meneliti tentang produk fulnadi nasabah.

2. Penelitian Yeni Sartika NIM (1101169235) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, dengan Judul skripsi” Strategi tabunganku IB Pada bank kalsel Syariah Kantor Cabag Banjarnasin” dan kendala yang dihadapi bank kalsel syariah Kantor Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk tabunganku IB.

²⁶ Selvia Erina, “*Loyalitas Nasabah Terhadap Produk Dana Pendidikan (Fulnadi) Pada PT. Takaful Syariah Cabang Banjarmasin*” (Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah, IAIN Antasari Banjarmasin, 2010), hlm v.

3. Penelitian Aman Riyadi NIM (0701157953) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, dengan Judul skripsi “Strategi Sales pemasaran Dengan Memasarkan Produk PT. Uniliver di wilayah Kota Banjarmasin. Sebab, tanpa adanya strategi pemasaran yang baik maka akan sulit memasarkan barang di masyarakat dan mempertahankan pembeli.

Dari beberapa kajian pustaka di atas terdapat objek dan ruang lingkup pembahasan yang berada dengan penelitian yang penulis lakukan, meskipun pada dasarnya berhubungan dengan pemasaran. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti tentang “Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin”.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan ini, sistematika penulisan disusun dalam lima Bab yang perinciannya antara lain sebagai berikut:

Bab I berisi tentang pendahuluan yang memuat: latar belakang masalah, permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kajian pustaka/ penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

Bab II tentang landasan teori, pada bab ini diuraikan mengenai ketentuan yang ada pada Asuransi yang akan dihubungkan pada bab IV, yang meliputi pengertian pemasaran, pengertian strategi, pengertian produk fulnadi, pengertian asuransi syariah, macam-macam strategi dan keunggulan strategi pada pemasaran.

Bab III Memuat metode penelitian, berisi tentang cara-cara yang dilakukan untuk penelitian yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian yang menerangkan

tentang jenis penelitian ini dan sifat penelitian serta lokasi pelaksanaan penelitian. Setelah itu akan diterangkan tentang pihak-pihak yang menjadi subjek penelitian dan permasalahan yang menjadi objek penelitian yang dimuat dalam bagian subjek dan objek penelitian. Kemudian akan diterangkan pola tentang data yang akan digali dan dari mana sumbernya, yang dimuat dalam data dan sumber data. Selanjutnya dikemukakan pula tentang teknik-teknik yang digunakan dalam kegiatan pengumpulan data dan analisis data. Pada bagian penelitian dimuat tentang tahapan penelitian dari awal permohonan persetujuan judul skripsi sampai skripsi ini siap untuk dimunaqasah.

Bab IV Laporan hasil penelitian dan Analisis yang berisikan gambaran umum perusahaan Takaful Indonesia Asuransi Syariah Cabang Banjarmasin, deskripsi data Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dan Analisis.

Bab V penutup yang berisi saran penulis sebagai solusi terhadap permasalahan yang dihadapi atau ditemui dari hasil penelitian.