

## **BAB IV**

### **DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan Asuransi Syariah Takaful Keluarga**

##### **Cabang Banjarmasin**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin**

Berawal dari sebuah kepedulian yang tulus, beberapa pihak bersepakat untuk membangun perekonomian syariah di Indonesia. Atas prakarsa Ikatan Cendekiawan Muslim Bangsa, bersama Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT. Asuransi jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, dan beberapa pengusaha Muslim Indonesia, serta bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB), Tim pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) mendirikan PT. Syarikat Takaful Indonesia (Takaful Indonesia) pada 2 Februari 1994, sebagai perusahaan perintis pengembangan asuransi syariah di Indonesia.<sup>1</sup>

Selanjutnya, pada 5 Mei 1994 Takaful Indonesia mendirikan PT. Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) sebagai perusahaan asuransi jiwa syariah pertama di Indonesia.<sup>2</sup> Takaful Keluarga diresmikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Guna melengkapi layanan pada sektor asuransi kerugian, PT. Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum)

---

<sup>1</sup>Siti Mufarichah, Manajer PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 Oktober 2018.

<sup>2</sup>Rita Hariati, di rektur, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 19 November 2018.

didirikan sebagai anak perusahaan Takaful Keluarga yang diresmikan oleh Prof. Dr. B. J. Habibie, selaku ketua dan pendiri Lcmi, dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995.

Kini, seiring pertumbuhan industri asuransi syariah di Indonesia, Takaful Keluarga terus bekerja keras menjalankan amanah segenap *stakeholders* dengan mengdirikan kinerja dan pelayanan prima sekaligus melanjutkan cita-cita simpul-simpul pembangunan ekonomi syariah di Indonesia.<sup>3</sup>

Berikut ini adalah gambaran umum mengenai transaksi dalam dana peserta saat penerima premi dari peserta, bagi hasil kepada peserta, dan pembayaran klaim kepada peserta pada tahun pertama dalam produk fulnadi.<sup>4</sup>

a. Saat penerima Prime dana peserta

Tahun pertama pihak takaful keluarga menerima premi yang dibayarkan oleh peserta. Besarnya yang diterima oleh pihak takaful keluarga tergantung dari pilihan besarnya premi yang dibayarkan oleh peserta asuransi pada produk fulnadi yang mereka ikuti. Pihak takaful keluarga telah menetapkan minimal besarnya premi yang dibayarkan peserta untuk produk fulnadi sebesar 200.000,00 per bulan 2.000.000,000 per tahun. Pihak Takaful Keluarga juga menerima pembayaran atas biaya polis dari peserta sebesar 25.000,00. Pengertian biaya polis ini sama dengan biaya pendaftaran untuk menjadi peserta asuransi. Jadi, biaya polis ini akan ada apabila terjadi suatu kesepakatan antara kedua belah pihak. Sehingga pada tahun pertama peserta membayar dan biaya polis.

---

<sup>3</sup>Hadijah, Manajer, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 22 November 2018.

<sup>4</sup>Oelus Suryanengsih, *Op, cit.*

## **2. Profil perusahaan Asuransi Syariah Khusus PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin**

Perusahaan Takaful Indonesia Asuransi Syariah merupakan salah satu anak cabang dari perusahaan GRAHA TAKAFUL INDONESIA berpusat di Jakarta yang beralamat JL. Mampang Perapatan No.100 Jakarta. Awal mula beroperasi di Banjarmasin yaitu pada tanggal 16 agustus 1996.<sup>5</sup> Selama beraksistensi di Banjarmasin asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin mengalami beberapa kali perpindahan tempat. Pertama kali pada tahun 2000 didirikan Asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin beroperasi di JL. Gatot Subroto No 10 di samping Accer Banjarmasin Provinsi Kalimantan Sel. 70123.

Perusahaan Takaful Indonesia Asuransi Syariah mempunyai wilayah kerja di seluruh propinsi Indonesia seperti Banda Ace, Lhosomawe, Medan, Pekan Baru, Padang, Palembang, Lampung, DKI Jakarta, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Tangerang, Bekasi, Depok, Bogor, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Malang Solo, Bandung, Cirebon, Batam, Bali, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, Bontang, Pontianak, Makasar dan kendari.<sup>6</sup>

Dalam menjalankan usahanya Asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin membagi dua jenis usaha peransuransian yang saling sinergi (menunjang) jenis usaha yang dijalankan yaitu, asuransi takaful umum yang khusus

---

<sup>5</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

<sup>6</sup>Fariechah, *op, cit.*

menangani kerugian dan asuransi takaful keluarga yang khusus menangani non kerugian atau yang sering di kenal dengan asuransi jiwa.

### **3. Visi dan Misi Takaful**

- a. Visi Asuransi takaful adalah menjadi takaful asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Misi Asuransi Takaful adalah menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan.<sup>7</sup>

### **4. Struktur dewan perusahaan**

Dewan Pengawas syariah

Anggota : KH. Muhyiddin Junaidi

Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Dato' Mohamed Hassan Md Kamil

Komisaris Independen : Tri Djoko Santoso

Komisaris : Muhammad Harris, SE

Komosalik : Mahadzir Azizan

---

<sup>7</sup>Oelus Suryanengsih, Agen di PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 Oktober 2018.

## Dewan Direksi

Direktur utama : Arfandi Arief

Direktur Operasional : Yurivanno Gani

Menciptakan sumber daya manusia yang handal melalui program pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan kemudahan serta imformatif.

## 5. Pengelolaan Dana Tabarru

*Wakalah bil Ujrah* adalah akad pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dengan pemberian ujah (operasional fee).

Asuransi Takaful Keluarga sebagai pihak yang diberi kuasa mengelola kontribusi peserta dan mengalokasikannya ke dalam dua pos yakni ujah dan *tabarru'*. Akumulasi dana *tabarru'* dari seluruh peserta selanjutnya nilai aet *tabarru'*. Hasil investasi *tabarru'*seluruhnya kembali ke pos *tabarru'* seluruhnya kembali ke pos *tabarru'*. Keseluruhan dana *tabarru'* digunakan untuk membayar beban asuransi berupa beban klaim dan beban asuransi.

Apabila terdapat kelebihan dana *tabarru'* (surplus *undrewiting*). dana *tabarru'* di akhir akad atau periode tertentu, maka dana tersebut akan dialokasikan secara proposional (sesuai ketentuan di dalam polis)

Namun apabila terjadi defisit *tabarru'*, maka menjadi kewajiban perusahaan untuk menalangnya dalam bentuk *qardhul hasan* (pinjaman tanpa bunga).

Pengelolaan dana *tabarru'* menggunakan akad *wakalah bil ujah* menunjukkan peran perusahaan sebagai pengelola dana untuk memastikan pemanfaatan dana *tabarru'* benar-benar ditukan bagi kemaslahatan seluruh peserta.<sup>8</sup>

#### 1) Fulnadi

Takaful dana pendidikan (fulnadi) merupakan program asuransi dan tabungan yang menyediakan pola penarikan disesuaikan dengan kebutuhan dana terkait biaya pendidikan anak (penerima hibah) serta memberikan manfaat berupa pembayaran santunan kepada ahli waris apabila peserta mengalami musibah meninggal dunia atau cacat tetap total dalam perioden akad Wakalah.<sup>9</sup>

Fulnadi diprogram untuk membantu setiap orang tua dalam merencanakan pendidikan secara terjadwal ketika buah hati memasuki jenjang pendidikan dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Memberikan perlindungan optimal dengan menjamin sang buah hati dapat terus melanjutkan pendidikan tanpa perlu khawatir musibah datang menghampiri.

Fulnadi mempersiapkan dan menyediakan dana pendidikan ketika buah anda memasuki jenjang pendidikan TK, SD, SMP, SMA, hingga perguruan tinggi.

Untuk memastikan buah hati dapat terus mengenyam pendidikan, Fulnadi menyediakan berbagai manfaat perlindungan bila mana musibah menimpa orang tua seperti pembebasan kontribusi dan pemberian santunan duka.

---

<sup>8</sup>*Ujah* adalah upah (operational fee) yang menjadi hak perusahaan atas penyerahan kuasa pengelolaan dana kontribusi peserta.

<sup>9</sup>*Tabarru'*, adalah dana hibah peserta yang dimanfaatkan sebagai dana tolong-menolong di antara peserta jika terjadi musibah.

Di samping itu, Fulnadi juga menyiapkan uang saku selama 5 tahun buah hati Anda menjalani studi di Perguruan Tinggi.

## 2) Takafulink Salam Cendikia

Memperoleh pendidikan yang berkualitas setinggi mungkin adalah hak buah hati sekaligus kewajiban orang tua untuk mengupayakannya. Untuk melindungi hak sang buah hati sehingga dapat menempuh jenjang pendidikan sampai perguruan tinggi, diperlukan perencanaan keuangan yang baik.

Takafulink Salam Cendikia memberikan perlindungan jiwa dan kesehatan menyeluruh serta dirancang untuk memudahkan Anda merencanakan kebutuhan pembiayaan pendidikan buah hati mulai dari Taman kanak-kanak hingga Perguruan Tinggi melalui program investasi. Takafulink Salam Cendikia melindungi upaya buah hati Anda dalam meraih cita-cita supaya tidak terbentur oleh persoalan biaya dikemudian hari

## 6. Prinsip-prinsip pengelolaan Asuransi Syariah

### a. Prinsip pengelolaan Risiko

Takaful keluarga menerapkan pengelolaan risiko berdasarkan prinsip *sharing of risk* di antara peserta.

Prinsip *sharing of risk* terwujud melalui penghimpunan dana *tabarru'* dari seluruh peserta yang di tujukan dan dimanfaatkan sebagai dana tolong-menolong jika terjadi musibah di antara peserta. Takaful Keluarga percaya bahwa *sharing of risk* mampu

memupuk solidaritas, menciptakan hubungan saling melindungi, serta menjalin tali persaudaraan di antara peserta.<sup>10</sup>

b. Prinsip Akad

Takaful keluarga menggunakan akad *tabarru* dan akad *tijarah* guna menjaga kesabasan transaksi sesuai kaidah syariah. Melalui akad *tabarru* peserta menghibahkan sejumlah dana untuk dikelola perusahaan sebagai dana tolong-menolong jika terjadi musibah di antara peserta (*non-profit oriented*).

Sementara akad *tijari* menjadi landasan atas transaksi pengelolaan dana investasi peserta oleh perusahaan agar dapat memberikan hasil yang optimal bagi peserta (*profit oriented*).

c. Prinsip Investasi

Takaful Keluarga mengelola dana investasi peserta berdasarkan akad *tijari* yang bebas dari unsur *gharar* (ketidakjelasan), *maisir* (perjudian), *riba* (sistem bunga), dan *zhulm* (ketidakadilan). Dana peserta diinvestasikan pada berbagai instrumen investasi berbasis syariah meliputi tetapi tidak terbatas pada reksana syariah, saham syariah, serta obligasi syariah (sukuk) sehingga dapat menggerakkan perekonomian demi mewujudkan kesejahteraan masyarakat luas.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup>Sumber perusahaan Takaful Indonesia Asuransi Syariah Banjarmasin (Studi dokumenter tanggal 09 November 2018).

<sup>11</sup>PT. Asuransi Takaful Keluarga, terdaftar dan diawasi otoritas jasa keuangan, Banjarmasin.



#### d. Dewan Pengawas Syariah

Takaful keluarga memiliki dewan pengawas syariah (DPS) yang ditunjuk oleh DSN-MUI yang bertugas mengawasi sistem operasional, pengembangan produk, pengembangan sumber daya manusia, dan termasuk kebijakn investasi agar senantiasa selaras dengan prinsip serta nilai-nilai syariah. Keberadaan DPS memastikan gerak dan langkah perusahaan selalu berada korido syariah.

#### e. Entitas Dana Kelolaan

Takaful keluarga menerapkan pemisahan entitas dana kelolaan menjadi tiga akun yakni dana *tabarru'*, dana investasi peserta, serta dana perusahaan. Pembayaran klaim dialokasikan dari pos dana *tabarru'* yang sejak awal diniatkan untuk kepentingan tolong-menolong di antara peserta jika terjadi musibah. Dalam kondisi pos dana *tabarru'* mengalami defisi, menjadi kewajiban bagi perusahaan. Sementara pos dana peserta selamanya menjadi hak peserta yang menjadi tanggung jawab takaful keluarga untuk mengelolanya melalui instrument investasi yang disepakati bersama.

### 7. Keunggulan Produk fulnadi

Merencanakan biaya dari pendidikan usia dini hingga perguruan tinggi. Fulnadi dikelola sesuai prinsip syariah memberi kesempatan untuk saling menolong dan berbagai kebahagiaan dengan sesama peserta (*tabarru'*) sehingga insa'Allah menambah berkah.

Menyediakan berbagai manfaat perlindungan bagi orang tua ketika musibah terjadi seperti pembebasan kontribusi dan pemberian santunan duka.

- a. Peserta akan mendapatkan santunan duka dan saldo dana tabungan jika penerima hibah (Anak) mengalami musibah meninggal dunia dalam periode akad wakalah.
- b. Memastikan buah hati anda dapat menempuh bangku pendidikan hingga Perguruan Tinggi tanpa khawatir dengan kemungkinan musibah di masa mendatang.
- c. Mempersiapkan dan menyediakan dana pendidikan ketika buah hati Anda memasuki jenjang pendidikan TK, SD, SMP, SMA, hingga di Perguruan Tinggi.
- d. Menyiapkan uang saku selama 5 tahun buah hati Anda menjalani studi Perguruan Tinggi.
- e. Biaya polis hanya Rp. 25.000,-, biaya bulanan Rp. 15.000,- (jika melakukan free look); serta biaya administrasi klaim hanya 1% dari nilai klaim (maksimum Rp. 50.000,-).

sejak awal diniatkan untuk kepentingan tolong-menolong di antara peserta jika terjadi musibah. Dalam kondisi pos dana *tabarru'* mengalami defisi, menjadi kewajiban bagi perusahaan. Sementara pos dana peserta selamanya menjadi hak peserta yang menjadi tanggung jawab takaful keluarga untuk mengelolanya melalui instrument investasi yang disepakati bersama.

- f. Desai produk

Prioritas takaful keluarga adalah merancang dan mengembangkan berbagai produk selaras dengan kebutuhan peserta berbagai produk (*customer-driven*).

Perubahan dan perkembangan kebutuhan peserta dari waktu ke waktu mendorong takaful keluarga untuk terus berinovasi guna menghadirkan solusi perencanaan ekspektasi serta kebutuhan peserta.

g. Rasio cakupan Modal (*Risk Based Capital*)

Merujuk pada peraturan menteri keuangan (PMK) Nomor 11/ 2011 tentang kesehatan keuangan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah, perusahaan asuransi syariah diwajibkan menghitung solvabilitas dana perusahaan serta solvabilitas dan *tabarru'*. Perusahaan diwajibkan menjaga tingkat solavibilitas dana *tabarru'*. Paling rendah 30% dari dana yang diperlukan untuk mengantisipasi risiko kerugian yang dapat timbul akibat deviasi dalam pengelolaan kekayaan dana/atau kewajiban. Rasio pencapaian sovabilitas (RBC) dana *tabarru'* Takaful Keluarga adalah sebesar 173, 04% (per 31 Desember 2016).

h. Dana tahapan yang dapat disesuaikan dengan rencana pendidikan.

## **B. Penyajian Data**

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara peneliti mendapatkan data-data yang berhubungan dengan Strategi pemasaran Produk Fulnasi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang banjarmasin dari para informan, Yaitu: 1 Direktur, 2 Manajer, dan 2 Agen.

Indentitas Informan.

- a) Nama : Rita Hariati  
Umur : 46 tahun  
Pendidikan Terakhir : S1 Sekretaris  
Jabatan : Direktur
- b) Nama : Siti. Mufarichah  
Umur : 47 tahun  
Pendidikan Terakhir : S. pd  
Jabatan : Manajer
- c) Nama : Hadijah  
Umur : 40 tahun  
Pendidikan Terakhir : S1 Ekonomi  
Jabatan : Manajer
- d) Nama : Oelus Suryanengsih  
Umur : 45 tahun  
Pendidikan Terakhir : SMA  
Jabatan : Agen
- e) Nama : Ella Nurlaela  
Umur : 42 tahun  
Pendidikan Terakhir : SMA  
Jabatan : Agen

## **1. Strategi Pemasaran yang dilakukan Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fulnadi Asuransi Syariah**

### **a. Memperkenalkan diri dan perusahaan yang diwakili**

Dengan strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat dan calon nasabah baik itu dengan cara promosi atau melalui media dan sosialisasi lainnya.<sup>12</sup> Hal ini tentunya dapat meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut akan terus tetap bertahan dan semakin berkembang. Strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah pada PT. Takaful keluarga cabang banjarmasin tidak hanya mencari keuntungan semata akan tetapi lebih kepada memberikan tidak hanya mencari yang baik terhadap nasabah.<sup>13</sup>

### **b. Memberikan tanggung jawab dan kebutuhan kepada keluarga dengan sesuai**

Dalam memasarkan produk fulnadi para agen diarahkan untuk membidik prospek-prospek tepat sasaran dengan mendatangi me lobby ke TK atau PAUD, Posyandu, klinik/dokter anak. Dimana tempat-tempat itu anak balita atau batita, yang orang tua nya di edukasi untuk merencanakan biaya pendidikan anak-anak nya sejak dini, di tempat tersebut besar untuk memasarkan fulnadi dengan presentasi, sosialisasi

---

<sup>12</sup>Oules Suryanengsih, *op, cit.*

<sup>13</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

ataupun dengan cara canvasing langsung.<sup>14</sup> Dan amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Amanah dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran dan pelayanan yang optimal kepada *costumer* dan juga berlaku memberikan yang terbaik dalam bagi seorang *marketer*. Adapun manfaat asuransi pendidikan syariah ialah memberikan manfaat perlindungan atau poteksi kepada orang tua sebagai pencari nafkah sekaligus memberikan kepastian dana pendidikan, jika terjadi sesuatu dengan orang tua, selain asuransi pendidikan fulnadi syariah memiliki kelebihan yaitu waktu pencairan dapat disesuaikan dengan periode pendidikan, misal ketika masuk TK, SD, SMP, SMA, sampai bangku kuliah manfaatyang didapat dari mengikurti asuransi pendidikan fulnadi asuransi syariah ialah santunan meninggal.<sup>15</sup>

c. Memberikan saran pemikiran perasaan produk

Berikan saran produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah, pilihan harga dan kualitas produk yang bagus agar calon nasabah tertarik untuk membelinya dan shiddiq merupakan salah satu hal yang penting dalam pemasaran.<sup>16</sup> kepercayaan *costumer* yang terjualnya produk-produk perusahaan yang dapat dipasarkan oleh *marketer* akan memiliki loyalitas tinggi sebagai konsumen.<sup>17</sup> produk yang di pasarkan

---

<sup>14</sup>Rita hariati, *op, cit.*

<sup>15</sup>Dijah, Manajer, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 5, November, 2018.

<sup>16</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

<sup>17</sup>Oules, *op, cit.*

oleh marketer dan harus jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang di milikinya.<sup>18</sup>

d. Memberikan gambaran dan prospektis produk asuransi syariah fulnadi

Dalam memsarkan produk harus ada gambaran dan bisa membuat nasabah propektis paham dan mengerti apa yang di tawarkan dan di jual kepada para nasabah dan memudahkan untuk membeli produk asuransi syariah.<sup>19</sup> Dan tabligh dalam pemasaran argumentatif dan komunikatif.<sup>20</sup> Seorang *marketer* yang bersifat *tabligh* artinya mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Seorang *marketer* mestilah seorang komunikator yang ulang, mampu antara pihak perusahaan dan pihak *costumer*. Masalah akan menjadi krusia jika seorang *marketer* tidak dapat memberikan informasi yang diharapkan perusahaan lain yang dapat menjelaskan produknya dengan lebih baik.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Oules Suryanengsih, *op, cit.*

<sup>19</sup>Rita Hariati, di rektor di PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 November 2018.

<sup>20</sup>Dijah, Manajer, di PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 22 November 2018.

<sup>21</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

## 2. Hambatan dalam Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin

### a. Tidak percaya

Banyaknya calon nasabah tidak butuh produk asuransi syariah di karenakan mereka mampu dan kuat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>22</sup>

### b. Memerlukan saat ini

Calon nasabah tidak membeli produk asuransi syariah dengan terburu-buru karena calon nasabah merasa dirinya masih muda, masih sehat dan tidak memiliki penyakit.<sup>23</sup>

### c. Banyak nasabah yang belum mempunyai uang

Calon nasabah yang tidak punya uang merasa tidak bisa membeli produk asuransi syariah.<sup>24</sup> Pemahaman masyarakat tabungan asuransi syariah kurang daya beli asuransi syariah masyarakat rendah karena masyarakat lebih konsumtif terhadap barang. Ada kelompok yang menganggap bahwa asuransi itu haram walaupun syariah. Yaitu karena hambatan agen kurang pengetahuan tentang takaful dan kurang tahu produk takaful.<sup>25</sup>

Hambatannya yaitu masih banyak masyarakat yang belum memahami pendidikan anak dalam produk fulnadi terus ekenomi, kalangan ke bawah jadi

---

<sup>22</sup>Oules Suryanengsih, Agen, PT. Takaful *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin. 26 oktober 2018

<sup>23</sup>Ella Nurlela, *op, cit.*

<sup>24</sup>Rita Hariati, direktur, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 November 2018.

<sup>25</sup>Dijah, Manajer, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 5 November 2018.



memang orang tua merasa tidak mampu untuk merencanakan pendidikan anaknya kemampuan agen untuk membawakan program fulnadi masih belum bisa terjun ke masyarakat khusus-khususnya agen baru.<sup>26</sup>

d. Tidak terdesak-desak

Orang tua mereka tidak terdesak-desak, namun mereka belum membeli karena akan mengalokasikan uang untuk kebutuhan lain selain membeli polis asuransi.

Akibat yang membuat calon nasabah tidak percaya produk asuransi syariah karena banyak nya agen berbohong sehingga hilang lah kepercayaan calon nasabah terhadap produk asuransi syariah.<sup>27</sup> Hambatan apabila orang yang ditemui tidak moderat atau cara pandang kurang maka tidak mengerti Asuransi susah perlu waktu dan kesabaran dan selama ini tidak ada hambatan yang berarti dalam memasarkan fulnadi karena produk ini sangat dalam merencanakan dana pendidikan untuk anak dengan dana tahapan dan manfaat proteksi nya hambatannya lebih kepada faktor ekonomi orang tua saja atau orang tua belum terbuka mindset nya untuk menabung jangka panjang juga masih ada kekhawatiran nasaba yang susah di temui.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup>Rita Hariati, *op, cit.*

<sup>27</sup>Dijah, *op, cit.*

<sup>28</sup>Oelus Suryanengsih, *op, cit.*

### **C. Analisis Data**

Berdasarkan hasil riset yang saya peroleh dari Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah di atas pada dasarnya hendaknya setiap orang memperhatikan dan mempunyai perencanaan keuangan untuk dirinya ataupun keluarganya untuk masa yang akan datang, sebab kita sebagai manusia tidak dapat mengetahui apa yang akan terjadi dikemudian hari, manusia hanya dapat berikhtiar untuk memperkecil segala risiko yang mungkin akan timbul pada dirinya maupun keluarganya.

#### **1. Strategi Pemasaran yang dilakukan PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dalam memasarkan Produk Fulnadi Asuransi Syariah**

##### **a. Analisis memperkenalkan diri dan perusahaan yang diwakili**

Dengan strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat dan calon nasabah baik itu dengan cara promosi atau melalui media dan sosialisasi lainnya.<sup>29</sup> Hal ini tentunya dapat meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut akan terus tetap bertahan dan semakin berkembang. Strategi pemasaran produk fulnadi asuransi syariah pada PT. Takaful keluarga cabang banjarmasin tidak hanya mencari keuntungan semata akan tetapi lebih kepada memberikan tidak hanya mencari yang baik terhadap nasabah.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Oules Suryanengsih, *op, cit.*

<sup>30</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

- b. Analisis memberikan tanggung jawab dan kebutuhan kepada keluarga dengan sesuai

Dalam memasarkan produk fulnadi para agen diarahkan untuk membidik prospek-prospek tepat sasaran dengan mendatangi me lobby ke TK atau PAUD, Posyandu, klinik/dokter anak. Dimana tempat-tempat itu anak balita atau batita, yang orang tua nya di edukasi untuk merencanakan biaya pendidikan anak-anak nya sejak dini, di tempat tersebut besar untuk memasarkan fulnadi dengan presentasi, sosialisasi ataupun dengan cara canvasing langsung.<sup>31</sup> Dan amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban yang diberikan kepadanya. Amanah dapat ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran dan pelayanan yang optimal kepada *costumer* dan juga berlaku memberikan yang terbaik dalam bagi seorang *marketer*. Adapun manfaat asuransi pendidikan syariah ialah memberikan manfaat perlindungan atau poteksi kepada orang tua sebagai pencari nafkah sekaligus memberikan kepastian dana pendidikan, jika terjadi sesuatu dengan orang tua, selain asuransi pendidikan fulnadi syariah memiliki kelebihan yaitu waktu pencairan dapat disesuaikan dengan periode pendidikan, misal ketika masuk TK, SD, SMP, SMA, sampai bangku kuliah manfaatyang didapat dari mengikurti asuransi pendidikan fulnadi asuransi syariah ialah santunan meninggal.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>Rita hariati, *op, cit*.

<sup>32</sup>Dijah, Manajer, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 5, November, 2018.

c. Analisis memberikan saran pemikiran perasaan produk

Berikan saran produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah, pilihan harga dan kualitas produk yang bagus agar calon nasabah tertarik untuk membelinya dan shiddiq merupakan salah satu hal yang penting dalam pemasaran.<sup>33</sup> Kepercayaan *costumer* yang terjualnya produk-produk perusahaan yang dapat dipasarkan oleh *marketer* akan memiliki loyalitas tinggi sebagai konsumen.<sup>34</sup> produk yang di pasarkan oleh marketer dan harus jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang di milikinya.<sup>35</sup>

d. Analisis memberikan gambaran dan prospektis produk asuransi syariah fulnadi

Dalam memasarkan produk harus ada gambaran dan bisa membuat nasabah propektis paham dan mengerti apa yang di tawarkan dan di jual kepada para nasabah dan memudahkan untuk membeli produk asuransi syariah.<sup>36</sup> Dan tabligh dalam pemasaran argumentatif dan komunikatif.<sup>37</sup> Seorang *marketer* yang bersifat *tabligh* artinya mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran. Seorang *marketer* mestilah seorang komunikator yang ulang, mampu antara pihak perusahaan dan pihak

---

<sup>33</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

<sup>34</sup>Oules, *op, cit.*

<sup>35</sup>Oules Suryanengsih, *op, cit.*

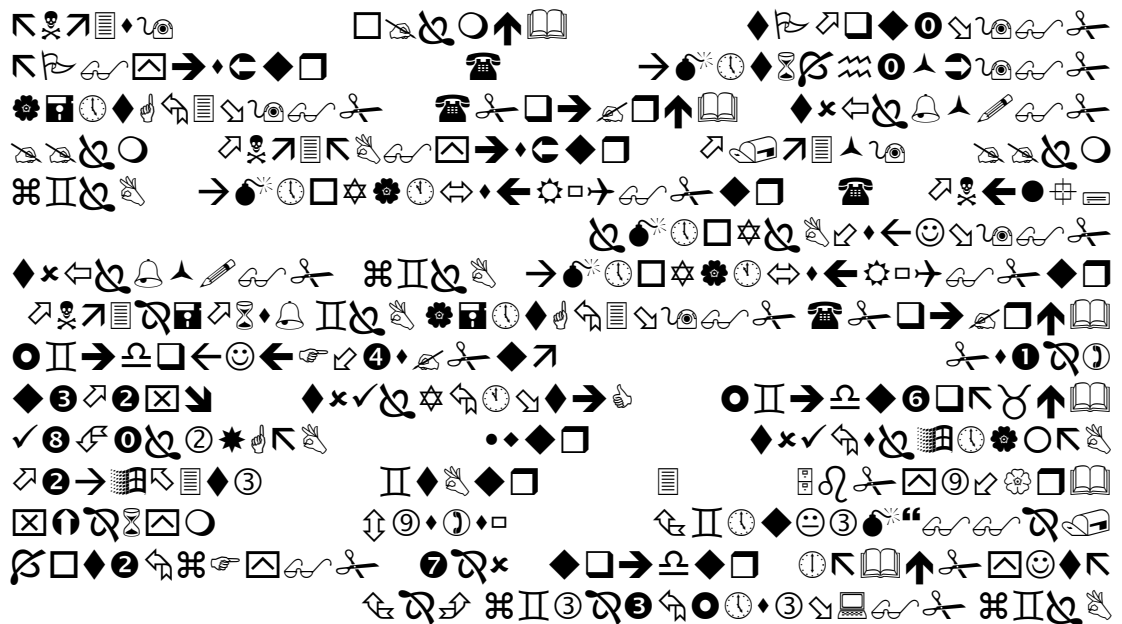
<sup>36</sup>Rita Hariati, direktor di PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 November 2018.

<sup>37</sup>Dijah, Manajer, di PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 22 November 2018.

*costumer*. Masalah akan menjadi krusia jika seorang *marketer* tidak dapat memberikan informasi yang diharapkan perusahaan lain yang dapat menjelaskan produknya dengan lebih baik.<sup>38</sup>

Tujuan dari asuransi syariah adalah untuk melindungi dan tolong-menolong dan lebih ditegaskan dalam Al-Qur'an yang artinya dan tolong-menolong kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa dan janganlah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksananya.<sup>39</sup>

Firman Allah: (Q.S. Al-Maidah; 5 Ayat (5))



“pada hari ini Dihalalkan bagimu yang baik-baik. makanan (sembelihan) orang-orang yang diberi Al kitab itu halal bagimu, dan makanan kamu halal (pula) bagi mereka. (da n Dihalalkan mangawini) wanita yang menjaga kehormatandiantara wanita-wanita yang beriman dan wanita-wanita yang menjaga kehormatan di antara orang-

<sup>38</sup>Ella Nurlaela, *op. cit.*

<sup>39</sup>Fariechah, *op. cit.*

orang yang diberi Al kitab sebelum kamu, bila kamu telah membayar mas kawin mereka dengan maksud menikahinya, tidak dengan maksud berzina dan tidak (pula) menjadikannya gundik-gundik. Barangsiapa yang kafir sesudah beriman (tidak menerima hukum-hukum Islam) Maka hapuslah amalannya dan ia di hari kiamat Termasuk orang-orang merugi”<sup>40</sup>.

Dari ayat tersebut lah yang menjadi dasar panduan terbentuknya asuransi syariah begitu pun juga program asuransi fulnadi syariah cabang banjarmasin yang menganut prinsip dasar syariah. Dimana produk asuransi fulnadi/asuransi syariah ialah suatu perencanaan tabungan pendidikan protiksi dengan suatu syariah pendidikan dan dana dapat manfaatnya dengan sistem syariah. Dalam memasarkan produk asuransi syariah harus bisa membuat nasabah paham dan mengerti apa yang kita jual sehingga memudahkan untuk membeli produk asuransi syariah.<sup>41</sup>

## **2. Hambatan dalam Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin**

### a. Analisis tidak percaya

Banyaknya calon nasabah tidak butuh produk asuransi syariah di karenakan mereka mampu dan kuat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>42</sup>

### b. Analisis memerlukan saat ini

---

<sup>40</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Alfabeta, hlm. 156.

<sup>41</sup>Hadijah, *op, cit.*

<sup>42</sup>Oules Suryanengsih, Agen, PT. Takaful *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin. 26 oktober 2018

Calon nasabah tidak membeli produk asuransi syariah dengan terburu-buru karena calon nasabah merasa dirinya masih muda, masih sehat dan tidak memiliki penyakit.<sup>43</sup>

c. Analisis banyak nasabah yang belum mempunyai uang

Calon nasabah yang tidak punya uang merasa tidak bisa membeli produk asuransi syariah.<sup>44</sup> Pemahaman masyarakat tabungan asuransi syariah kurang daya beli asuransi syariah masyarakat rendah karena masyarakat lebih konsumtif terhadap barang. Ada kelompok yang menganggap bahwa asuransi itu haram walaupun syariah. Yaitu karena hambatan agen kurang pengetahuan tentang takaful dan kurang tahu produk takaful.<sup>45</sup>

Hambatannya yaitu masih banyak masyarakat yang belum memahami pendidikan anak dalam produk fulnadi terus ekenomi, kalangan ke bawah jadi memang orang tua merasa tidak mampu untuk merencanakan pendidikan anaknya kemampuan agen untuk membawakan program fulnadi masih belum bisa terjun ke masyarakat khusus-khususnya agen baru.<sup>46</sup>

d. Analisis tidak terdesak-desak

---

<sup>43</sup>Ella Nurlela, *op, cit.*

<sup>44</sup>Rita Hariati, direktur, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 November 2018.

<sup>45</sup>Dijah, Manajer, PT. Takaful, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 5 November 2018.

<sup>46</sup>Rita Hariati, *op, cit.*

Orang tua mereka tidak terdesak-desak, namun mereka belum membeli karena akan mengalokasikan uang untuk kebutuhan lain selain membeli polis asuransi.<sup>47</sup> Akibat yang membuat calon nasabah tidak percaya produk asuransi syariah karena banyak nya agen berbohong sehingga hilang lah kepercayaan calon nasabah terhadap produk asuransi syariah.<sup>48</sup> Hambatan apabila orang yang ditemui tidak moderat atau cara pandang kurang maka tidak mengerti Asuransi susah perlu waktu dan kesabaran dan selama ini tidak ada hambatan yang berarti dalam memasarkan fulnadi karena produk ini sangat dalam merencanakan dana pendidikan untuk anak dengan dana tahapan dan manfaat proteksi nya hambatannya lebih kepada faktor ekonomi orang tua saja atau orang tua belum terbuka mindset nya untuk menabung jangka panjang juga masih ada kekhawatiran nasaba yang susah di temui.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup>Ella Nurlaela, *op, cit.*

<sup>48</sup>Dijah, *op, cit.*

<sup>49</sup>Oelus Suryanengsih, *op, cit.*



