

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA & LAPORAN PENELITIAN**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan PT. Takaful Keluarga**

PT. Asuransi Takaful Indonesia sebagai pelopor asuransi syariah di Indonesia didirikan atas prakarsa Tim pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) yang dimotori oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui yayasan Abadi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia Tbk., Syarikat Takaful Malaysia Bhd., PT. Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, serta beberapa pengusaha muslim lainnya.

PT. Asuransi Takaful Indonesia mengalami beberapa perkembangan penting yaitu: pada tahun 2000 Permodalan Perusahaan Madani (PNM) menjadi salah satu pemegang saham melalui penempatan modal di perusahaan diikuti oleh Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 2001. Syarikat Takaful Malaysia Bhd. yang turut memberikan dukungan dalam bidang teknis operasional ketika TEPATI terbentuk, dan pada tahun 2001 resmi menjadi pemegang saham mayoritas setelah menambah setoran modalnya sehingga semakin memperkuat permodalan di Takaful Indonesia. ([www.takaful.co.id](http://www.takaful.co.id))

Asuransi Takaful yang bergerak di bidang asuransi jiwa syariah didirikan pada tanggal 4 agustus 1994 dan mulai beroperasi pada tanggal 25 agustus 1994 yang ditandai dengan peresmian oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Kemudian diikuti dengan pendirian anak perusahaan yang bergerak di bidang

asuransi umum yaitu PT. Asuransi Takaful Umum yang diresmikan oleh Menteri Riset dan Teknologi/ Ketua BPPT Prof. DR. B.J Habibie pada juni 1995. Dalam peningkatan kualitas pelayanan dalam menjaga konsistensinya, perusahaan memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 dari Det Norske Veritas (DNV) Belanda, dan memperoleh sertifikat ISO 9001:2000 sebagai standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu. Atas dukungan pemerintah dan tenaga professional yang berkomitmen untuk mengembangkan asuransi syariah.

([www.takaful.co.id](http://www.takaful.co.id))

*Based on Bank Negara's definition, is an insurance concept in Shariah whereby a group of participants mutually agree among themselves to guarantee each other against defined loss or damage that may inflict upon any of them by contributing as Tabarru (donation) in the Takaful fund. A provision is made by a group of persons where each person single-handedly, who is in danger of some loss, the incidence of which cannot be foreseen, contribute funds. The scheme determines that should a loss befall on any of the participants, the contributed fund would be distributed over the whole group. Takaful, in general, is a system of Islamic insurance based on the principle of mutual cooperation (Ta'awun) and donation (Tabarru), where the risk is shared collectively and voluntarily by the group of participants. It is derived from an Arabic word meaning joint guarantee guaranteeing each other or one another (MdRazak et al., 2013; Ayuba, 2014).*

Dari kutipan di atas menurut MdRazak & Ayuba, berdasarkan definisi Bank Negara, asuransi syariah adalah sebuah konsep asuransi dalam syariah di mana sekelompok peserta sepakat di antara mereka sendiri untuk menjamin satu sama lain terhadap kerugian atau kerusakan tertentu yang mungkin menimpa salah satu dari mereka dengan berkontribusi sebagai tabarru (donasi) dalam dana takaful. Suatu penyediaan dibuat oleh sekelompok orang yang masing-masing orang, sendirian, yang berada dalam bahaya suatu kerugian, yang kejadiannya

tidak dapat diperkirakan, menyumbangkan dana. Skema ini menentukan bahwa jika ada kerugian yang menimpa salah satu peserta, dana yang disumbangkan akan didistribusikan ke seluruh kelompok. Takaful secara umum merupakan suatu sistem asuransi syariah yang berdasarkan prinsip gotong royong (ta'awun) dan donasi (tabarru'), risiko ditanggung secara kolektif dan sukarela oleh kelompok peserta. Kata ini berasal dari bahasa Arab yang berarti jaminan bersama, menjamin satu sama lain.

## **2. Visi dan Misi Takaful**

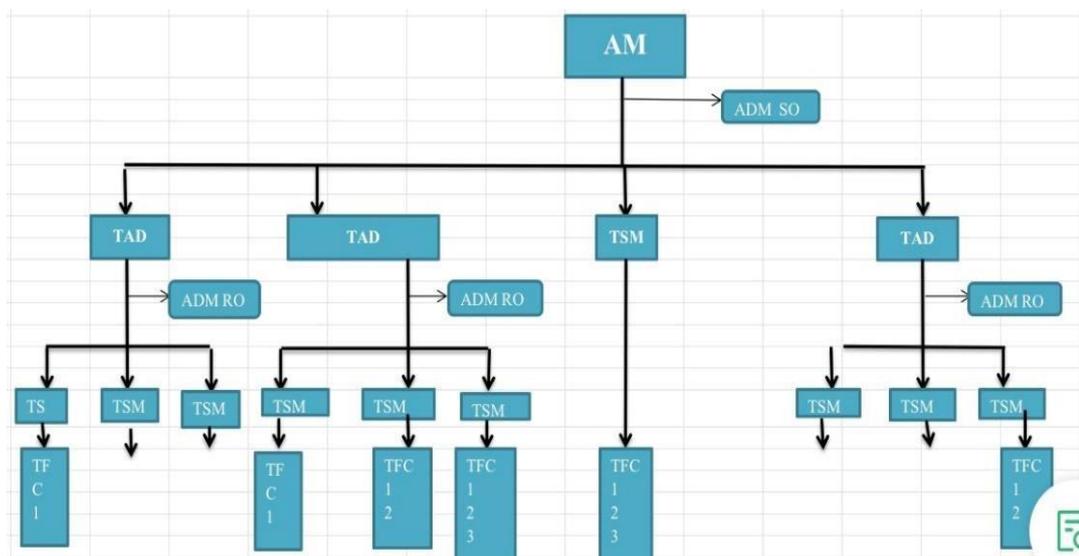
Berdirinya lembaga asuransi syariah ini bertujuan untuk saling menolong menghadapi musibah yang terkadang menimpa sebagian orang dengan cara menggati dari uang yang telah dikumpulokan dari hasil premi untuk meringankan beban mereka. Islam juga mengarah pada berdirinya sebuah masyarakat yang tegak di atas asas saling membantu dan saling menopang, karena setiap muslim dan muslim lainnya adalah bersaudara.

- a. Visi Asuransi Takaful Makassar yakni menjadi role model bisnis syariah di Indonesia dengan professional, amanah dan memberikan manfaat bagi masyarakat
- b. Misi Asuransi Takaful Keluarga Makassar menjadikan asuransi Takaful Keluarga sebagai perusahaan asuransi jiwa terbaik di Indonesia, menjadikan sumber daya manusia sebagai salah satu aset bagi pertumbuhan perusahaan, memberikan pelayanan yang terbaik dengan dukukngan teknologi. (RO PT Takaful Keluarga Cabang Makassar).

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi mempengaruhi perilaku individu dan kelompok yang ada dalam suatu organisasi. Struktur organisasi merupakan ciri organisasi yang dapat dipakai untuk mengendalikan atau membedakan bagian di dalam organisasi.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



1. KAPP (Kepala Agen Pelayanan dan Pemasaran)
2. S.O (Staff Operasional)
3. TAD (Takaful Agency Direction)
5. TAM (Takaful Agency Manager)
6. TFC (Takaful Financial Consultant)
7. TAS (Takaful Agency Supervisor)

Sumber: PT. Asuransi Takaful Keluarga Makassar

#### 4. Produk Al Khairat

Produk al-Khairat adalah perusahaan asuransi dalam bentuk perlindungan yang diperuntukkan bagi ahli waris, apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian.

Terdapat beberapa bentuk jaminan yang diberikan perusahaan produk al-khairat Asuransi Syari'ah Cabang Makassar di Banjarmasin dalam menggunakan akad atau transaksi produk al-Khairat, adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nasabah ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian, ahli warisnya akan mendapatkan dana santunan meninggal dari Asuransi Takaful Keluarga sesuai dengan jumlah yang direncanakan peserta.
- b. Apabila Peserta hidup sampai perjanjian berakhir maka Peserta akan mendapatkan bagian keuntungan atas Rekening Khusus/Tabarru' yang ditentukan oleh produk al-khairat, jika ada.

Ada beberapa ketentuan yang harus diketahui dan dipahami oleh seseorang yang ingin melakukan akad produk al-Khairat pada Takaful Asuransi Syari'ah Cabang Makassar, adalah sebagai berikut: (<https://tais.takaful.com>)

- a. Usia peserta maksimal 60 tahun. Usia masuk + masa perjanjian maksimal 65 tahun
- b. Masa perjanjian 1 tahun
- c. Cara bayar kontribusi tahunan. Minimum kontribusi Rp. 250.000
- d. Kontribusi belum termasuk biaya cetak polis dan bea materai

- e. Kontribusi di atas berdasarkan usia pada saat proposal dibuat menggunakan *nearest birthday*. Kontribusi yang dibayarkan dapat berbeda dari kontribusi diatas, kontribusi dihitung sesuai usia pada saat pengajuan asuransi. Apabila pada saat tanggal diterima dokumen lengkap usia peserta > 180 hari, maka usia peserta dihitung sebagai usia berikutnya.

## 5. Hasil Data

Menurut hasil peneltian lapangan yang dilakukan oleh seorang peneliti dengan wawancara secara tidak langsung kepada 2 informan yang memenuhi kriteria sampling, dari wawancara tersebut diperoleh data terkait optimalisasi bauran pemasaran produk al-khairat pada pt takaful keluarga cabang makassar.

### a. Informan pertama

Nama : Rahadian Dika  
Umur : 44 Tahun  
Pekerjaan : Sales Office Makassar  
Jabatan : Regional Makassar  
Tempat Wawancara : Media Zoom  
Tanggal wawancara : 29 April 2024

### b. Informan kedua

Nama : Achmad Chusaini

Umur : 46 Tahun  
Pekerjaan : Sales Office Makassar  
Jabatan : Regional Trainer  
Tempat Wawancara : Media Zoom  
Tanggal Wawancara : 29 April 2024

## **6. Hasil Wawancara**

### **a. Bagaimana Latar Belakang tentang PT. Takaful Keluarga cabang Makassar**

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan mengenai latar belakang PT. Takaful keluarga cabang Makassar , maka didapat data sebagai berikut :

Menurut informan pertama mengenai latar belakang tersebut PT Asuransi Takaful Indonesia merupakan perusahaan asuransi syariah pertama di Indonesia yang terbagi memiliki dua entitas yaitu Asuransi Takaful Keluarga sebagai perusahaan asuransi jiwa dan Asuransi Takaful Umum sebagai perusahaan asuransi kerugian. Sebagai perusahaan asuransi syariah pertama, mulai awal berdirinya sudah diniatkan untuk melakukan kegiatan ekonomi syariah bagi seluruh umat di Indonesia. Hal ini diungkapkan oleh seorang trainer di Divisi Marketing PT. Asuransi Takaful Keluarga yang mengatakan bahwa “inti marketing dari ekonomi syariah adalah DAKWAH”.

Bisnis Asuransi secara syariah bukan semata mata murni bisnis, tetapi ada unsur sosialnya yaitu “tolong menolong” konsep inilah yang dibawa Asuransi Takaful dalam mengembangkan bisnis perusahaan. Dan hal inilah yang membedakan asuransi syariah dan asuransi konvensional. Uraian diatas menunjukkan bahwa PT. Takaful Keluarga Life Insurance memiliki perkembangan industri asuransi syariah di negeri ini diawali dengan lahirnya asuransi pertama di Indonesia pada 1994. Saat itu, PT Syarikat Takaful Indonesia (STI) berdiri pada 24 Februari 1994. Selanjutnya STI mendirikan dua anak perusahaan. Mereka adalah perusahaan asuransi jiwa syariah bernama PT Asuransi Takaful Keluarga pada 4 Agustus 1994 dan perusahaan asuransi kerugian syariah bernama PT Asuransi Takaful Umum pada 2 Juni 1995. Menurut informan pertama mengenai latar belakang takaful keluarga hanya sedikit menceritakannya karena sudah banyak informasi mengenai takaful keluarga melalui media internet dan juga di profil takaful keluarga agar dapat memudahkan masyarakat mencari tahu lebih banyak tentang takaful keluarga.

Selanjutnya menurut informan kedua mengenai latar belakang takaful keluarga ini memang benar apa yang dikatakan oleh informan pertama yaitu untuk lebih lengkap bisa melalui media internet dan juga profil takaful keluarga yang dapat mudah mencari tahu lebih banyak lagi mengenai takaful keluarga.

b. Kapan berdirinya Produk Al-khairat pada PT. Takaful Keluarga

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua informan mengenai Kapan Berdirinya produk Al-khairat pada PT Takaful Keluarga , maka di dapat data sebagai berikut:

Menurut kedua informan mengenai berdirinya produk Al-khairat pada PT Takaful Keluarga Asuransi Takaful yang bergerak di bidang asuransi jiwa syariah ini didirikan pada tanggal 4 Agustus 1994 dan mulai beroperasi pada tanggal 25 agustus 1994 yang ditandai dengan peresmian oleh Menteri Keuangan Mar'ie Muhammad. Tetapi produk al-khairat adalah produk paling lama yang berada di PT Takaful Keluarga Cabang Makassar yaitu sekitar 30 tahun.

c. Apa Saja Produk yang ada di Takaful Keluarga Cabang Makassar, Maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama mengenai apa saja produk yang ada di Takaful Keluarga cabang Makassar “disini saya akan menjelaskan di takaful keluarga di bagi menjadi 3 kategori produk yaitu ada Takaful personal, Takaful Korporat, dan Takaful Bancassurance. Mungkin disini saya akan menjelaskan tentang Takaful Personal terlebih dahulu” *ucap Bapa Rahadian Eka*. Takaful personal yang dimana untuk individu melalui berbagai produk proteksi dan investasi yang tidak hanya memberikan ketenangan hidup, tetapi juga menciptakan hubungan silaturahmi dan saling berbagi antara anda dengan nasabah lainnya. Dan untuk Takaful Personal (individu) terbagi menjadi beberapa kategori yaitu : Takaful

Dana Pendidikan adalah dana tahapan untuk setiap jenjang pendidikan untuk sang buah hati (Anak) Sejak TK hingga lulus perguruan tinggi apabila pemegang polis telah tiada ( meninggal dunia) atau tertimpa musibah, Takaful EduPro adalah perlindungan biaya pendidikan bagi anak jika orang tua (peserta) mengalami musibah dengan manfaat takaful awal menurun linear, usia untuk takaful edupro ini dapat dimiliki dari usia 20 tahun hingga 60 tahun, Takaful Falah Proteksi adalah perlindungan maksimum sampai dengan usia 70 tahun dengan perencanaan investasi non-unitlink dengan masa akad 5 tahun., Takaful Falah Saving adalah perlindungan maksimum sampai dengan usia 75 tahun dengan perencanaan investasi non-unitlink dengan masa akad 10 tahun., Takaful Akhirat Individu adalah perlindungan maksimum sampai dengan usia 75 tahun dengan perlindungan terhadap risiko meninggal dunia karena kecelakaan dan cacat tetap, baik total maupun sebagian., Takaful Kecelakaan Diri Individu adalah perlindungan maksimum sampai dengan usia 65 tahun dengan manfaat santunan cacat tetap total dan cacat tetap sebagian karena kecelakaan., Takaful Al- Khairat Plus adalah perlindungan maksimum sampai dengan usia 75 tahun dengan manfaat tambahan berupa asuransi kesehatan perorangan maupun seluruh anggota keluarga maksimal 4 orang dan kontribusi dapat dibayar pertahun. Selanjutnya kategori Takaful Korporat yaitu produk asuransi jiwa dan jaminan biaya kesehatan yang dirancang khusus untuk peserta kumpulan (perusahaan, lembaga pemerintahan, organisasi non-pemerintah, serta komunitas), sehingga memberikan ketenangan dan kebahagiaan bagi karyawan, pegawai, anggota organisasi, serta

relawan dalam bekerja, Dan untuk Takaful Korporat terbagi menjadi beberapa kategori yaitu : Takaful Al-khairat kumpulan adalah proteksi finansial atas risiko meninggal dunia baik karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan, dimulai dari 1 juta per grup untuk kontribusi., Fulmedicare Gold mendapatkan proteksi finansial bagi nasabah atas biaya kesehatan mencakup rawat inap, rawat jalan, rawat gigi, santunan kacamata, serta biaya persalinan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan., Takaful Ziarah yaitu mendapatkan proteksi finansial bagi nasabah atas risiko meninggal dunia dan cacat tetap (total atau sebagian) bukan karena kecelakaan, terdapat 2 jenis manfaat silver memberikan manfaat Rp 30.000.000,- dan Plan Gold memberikan manfaat Rp 50.000.000,-.” Mungkin itu saja yang bisa saya jelaskan selanjutnya untuk kategori Takaful Bancassurance saya serahkan kepada informan kedua yaitu (bapa Achmad Chusaini).

Selanjutnya menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) Takaful Bancassurance merupakan takaful produk asuransi jiwa yang memberikan proteksi bagi perusahaan perbankan dalam menjalin hubungan bisnis dengan nasabahnya, sehingga perusahaan perbankan dapat fokus memberikan layanan prima kepada nasabah tanpa perlu mengkhawatirkan risiko bisnisnya, dan untuk Takaful Bancassurance terbagi menjadi 2 kategori yaitu : Asuransi Hijrah Cendekia merupakan Dana tahapan untuk setiap jenjang pendidikan sejak TK hingga lulus Perguruan Tinggi dengan manfaat memastikan buah hati dapat terus melanjutkan pendidikan bahkan bilamana pemegang polis wafat atau tertimpa

musibah. Selanjutnya adalah Asuransi Takaful Pembiayaan merupakan proteksi finansial atas berbagai risiko hidup nasabah perbankan dan pembiayaan sampai dengan usia 80 tahun terhadap nasabah. Baik mungkin itu saja yang bisa bapa jelaskan mengenai beberapa produk Takaful keluarga mungkin untuk lebih jelas lagi bisa di cek di profil Takaful keluarga ( <https://takaful.co.id/> ) “ucap Bapa Achmad Chusaini selaku informan kedua “

- d. Bagaimana Persepsi Masyarakat tentang Asuransi syariah dan Asuransi Umum maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (*Bapa Rahadian Eka*) mengenai persepsi masyarakat tentang asuransi syariah dan asuransi konvensional tingkat persepsi masyarakat terutama muslim terhadap asuransi syariah dapat dilihat dari segi premi & promosi masih kurang diketahui oleh masyarakat akan tetapi persepsi tentang syariah dan produk sudah cukup baik diterima. Mungkin yang membedakan asuransi syariah dan konvensional adalah dari segi konsep dikarenakan asuransi syariah memiliki konsep tolong menolong dan saling bekerja sama dengan cara membayarkan anggaran *tabarru*, berbeda dengan konvensional seperti kesepakatan antara lebih dari satu pihak, salah satunya menjadi penanggung yang menanggungkan diri kepada tertanggung dengan mendapatkan iuran sebagai pengganti tanggung jawab. Dan juga asuransi syariah dan konvensional juga beda dari segi pembayaran klaim, akad, jaminan akad, sumber pembayaran, dll. “*Ucap bapa Rahadian Eka*” oleh karena itu asuransi syariah harus memperluas jangkauannya untuk memasarkan produknya kepada

masyarakat yang lebih luas lagi, sehingga pengguna asuransi syariah ini akan meningkat. Karena asuransi syariah dimata masyarakat saat ini memiliki citra yang baik.

Selanjutnya menurut informan kedua (*Bapa Achmad Chusaini*) mengenai persepsi masyarakat tentang asuransi syariah dan asuransi konvensional yaitu masih banyak persepsi masyarakat tentang asuransi syariah tidak dipercaya oleh masyarakat luas pada umumnya. asuransi yang sering ada di Indonesia adalah bermacam-macam perspektif dalam segi bisnisnya seperti: Asuransi menipu yang hanya menjelaskan di awal manis namun pada saat risiko pencairan klaimnya tidak semua yang diperkirakan, menjadi peserta asuransi hanya diberi persyaratan tertentu tanpa tau apa manfaat secara umum, susah nya untuk menemukan perlindungan hukum saat menjadi nasabah jasa asuransi.

Adapun persepsi dari segi asuransi seperti: Tingkat pengetahuan masyarakat yang rendah khususnya pengguna jasa asuransi dan rendah nya minat keingintahuan tentang pengetahuan asuransi, serta rendahnya tingkat pengetahuan dan keterampilan dasar para pemasar asuransi, pelaku usaha khususnya bidang asuransi tidak mampu menyajikan informasi memadai bagi para konsumennya. *“mungkin cukup ya untuk penjelasan ini kita bisa ke pertanyaan selanjutnya ucap Bapa Achmad Chusaini”*

- e. Apa Saja Kendala dalam memasarkan Produk Al-khairat pada PT.Takaful Keluarga Cabang Makassar maka data yang didapat sebagai berikut:

Menurut Informan pertama (*Bapa Rahadian Eka*) mengenai kendala dalam memasarkan produk Al-khairat pada PT.Takaful Keluarga cabang Makassar mungkin kendala terbesar yang di hadapi ketika memasarkan produk al-khairat adalah banyak nya nasabah yang bertanya seperti “ *nanti kalo sudah selesai dalam kondisi sehat wal-afiat, sudah mencapai aspeknya saya dapat apa setelah itu?*” pertanyaan yang paling sering di lontarkan oleh calon nasabah. Produk al-khairat ini adalah produk unit proteksi tidak ada manfaat nilai tunai, jadi ketika sudah selesai masa kerjanya ia juga selesai (manfaatnya). Dan juga Asuransi konvensional merupakan kendala juga dalam memasarkan produk al-khairat oleh sebab itu ketika memasarkan selalu kami tonjolkan tentang manfaat, kemudian adanya juga manfaat waqaf dalam produk al-khairat yang memang tidak dimiliki oleh produk yang sama oleh perusahaan karena dari sisi kontribusi ada premi.

*“ucap bapa Rahadian Eka”*

Menurut informan kedua (*Bapa Achmad Chusaini*) kendala terbesar yang dihadapi dalam memasarkan produk al-khairat mungkin kurang lebih sama dengan bapa Rahadian Eka Asuransi Konvensional juga kendala dalam memasarkan produk al-khairat karena masyarakat lebih banyak mengetahui asuransi konvensional dibandingkan asuransi syariah dan juga takutnya kasus penipuan sehingga masyarakat tidak ingin ambil risiko. Maka dari itu ketika memasarkan produk al-khairat kami selalu lebih detail dalam menjelaskan manfaat apa yang akan di dapat oleh calon nasabah agar lebih percaya.

*“ucap bapa Achmad Chusaini*

f. Apa Saja Kendala yang dihadapi Produk Al-Khairat pada PT. Takaful Keluarga cabang Makassar dari Segi Persaingan maka data yang didapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (*Bapa Rahadian Eka* ) kendala dalam memasarkan produk al-khairat dari segi persaingan mungkin sama seperti pertanyaan diatas yang paling terbesar itu adalah sebuah produk yang memiliki unit proteksi yang ia tidak ada manfaat nilai tunai ketika berakhir masa perjanjian, sehingga berapa kali calon nasabah sering menanyakan “ *saya dapat apa ketika sudah selesai dan lain hal sebagainya* ” itu adalah sebuah kendala yang dihadapi karena tidak ada proteksi manfaat nilai tunai. Lalu Bapa Rahadian Eka bertanya “Bauran pemasaran itu terdiri apa saja? “lalu saya menjawab bauran pemasaran itu terdiri dari produk,harga, tempat,orang, mungkin itu saja yang saya ingat pa, lalu bapa Rahadian Eka menjawab mungkin dari segi produk al – khairat adalah produk yang paling simple dan bisa dijangkau semua orang, jadi seperti disebutkan bapa tadi secara pricing bagus dibandingkan dengan produk yang lain dengan kompetitor kecuali konvensional. Yang banyak dijual diluar sana adalah produk PA (Personal Accident) produk yang dimana memberikan manfaat jika tertanggung mengalami kecelakaan, oleh karena itu produk tersebut hanya perlindungan untuk risiko kematian saja sehingga kalo meninggal karena sakit itu di cover profit kecil, dikarenakan produk ini dijual murah. Sedangkan di Takaful ini kita jualan timeline tidak banyak asuransi diluar sana yang menjualkan timeline yang mengcover meninggal karena sakit, jadi secara

kompetisi, kompetitor kita cukup karena kita tidak banyak yang jual produk ini “ucap bapa Rahadian Eka”. Selanjutnya dari segi harga dan promosi mungkin banyak hal yang di sadari kita semua “bagaimana orang itu membutuhkan produk ini lebih terjangkau?” kebanyakan orang Indonesia tidak paham atau secara literasi memang belum merasa penting untuk punya produk seperti ini, Banyak orang yang lebih milih asuransi kendaraan dibandingkan membeli asuransi itu, sebuah problematik dalam mayoritas Indonesia. Banyak orang yang tidak punya asuransi jiwa maka sebenarnya produk ini bisa dikemas dengan sangat baik kalo kita menjualnya di tempat yang benar, yang membutuhkan contoh seperti: lembaga-lembaga waqaf, perusahaan yang pekerjaannya dengan risiko tinggi., kurang menyuarakan dalam promosi masih menjadi PR bagi kami “ucap bapa Rahadian Eka” sudah memainkan dari segi media sosial seperti Instagram, status WhatsApp, dll serta sistem produknya sudah update masalah promosi cuman dari segi pemasaran perlu effort. “ucap Bapa Rahadian Eka”.

Selanjutnya menurut informan kedua (Achmad Chusaini) mengenai kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk al-khairat dari segi persaingan yaitu mungkin sudah banyak yang dijelaskan oleh bapa Rahadian Eka, saya akan menambahkan sedikit saja untuk produk kita sudah mulai berkembang dari tahun ke tahun karena setiap produk itu selalu kami sertakan manfaat yang di dapatkan oleh calon nasabah akan tetapi masih banyak masyarakat yang mengenal asuransi konvensional dibandingkan asuransi syariah karena kurangnya memperluas dan minimnya masyarakat mencari tahu tentang asuransi syariah lebih dalam lagi.

Dari segi harga dan promosi pun kita juga sedang meusahakan yang terbaik untuk membuat calon nasabah tertarik dengan produk al-khairat misalkan dari harga kita sudah bisa mencoba melalui aplikasi tais yang dimana disana tertera premi yang dibayarkan berapa sesuai dengan umur calon nasabah, dari segi promosi kami sudah berusaha melalui iklan yang menarik dan mudah dijangkau oleh masyarakat agar lebih mengetahui tentang asuransi syariah takaful keluarga contohnya seperti yang dikatakan bapa Rahadian Eka melalui Status whatsapps, feed instagram, dan juga melalui aplikasi takaful keluarga yang disitu sudah banyak dijelaskan program-program apa saja serta manfaat dari produk takaful keluarga. *“Ucap Bapa Achmad Chusaini Informan kedua”*.

- g. Apa Saja Kendala Yang Dihadapi Produk Al-Khairat Jauhnya Jarak antara Banjarmasin-Makassar dalam Memasarkan Produk maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai kendala yang dihadapi produk al-khairat jauhnya jarak antara banjarmasin-makassar dalam memasarkan produk yaitu mungkin dari segi jarak yang tidak bisa secara langsung tatap muka dikarenakan jarak antara banjarmasin – makassar, akan tetapi bisa saja pertemuannya melalui zoom atau google meet. Dari segi closing bisa saja melalui aplikasi tais takaful keluarga. *“ucap bapa Rahadian Eka”*.

Menurut informan kedua (*Bapa Achmad Chusaini*) mengenai kendala yang dihadapi produk al-khairat antara jarak banjarmasin – makassar dalam

memasarkan produk mungkin sama saja seperti yang dikatakan oleh bapa Rahadian Eka tidak bisa bertatap muka secara langsung karna lumayan jauh dan ongkos nya lumayan mahal, jadi mungkin hanya bisa melalui zoom atau google meet, kecuali kalo misalkan memang kami contohnya ada seminar atau kegiatan yang mengharuskan ke banjarmasin bisa saja disitu kita tatap muka secara langsung. Tapi sekarang Takaful Keluarga sudah bisa di akses melalui aplikasi Tais yang bisa memudahkan calon nasabah membeli produk tersebut atau closing.

*“ Ucap Bapa Achmad Chusaini ”*

- h. Bagaimana Respon Masyarakat terhadap Produk Al-Khairat dibanding daerah lain maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama mengenai respon masyarakat terhadap produk al-khairat di banding daerah lain yaitu makassar dan sekitarnya sangat kuat pembayaran dari sisi kerja sama dengan beberapa lembaga seperti Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), koperasi syariah, dan perusahaan lainnya. Untuk melindungi nasabah-nasabah yang tidak tercover oleh produk yang hampir sejenis, yang ternyata secara kekuatan tabarru nya sudah collabs di beberapa tempat yang lain. Jadi responnya dari sisi market orang-orang yang sedang meminjam di sebuah BPRS dan koperasi syariah di makassar itu sangat terbantu dengan adanya produk tersebut, karena ternyata bisa juga dipakai, sebenarnya akadnya antara takaful dengan perusahaan tersebut beda dengan bank akadnya.

*“ucap bapa Rahadian Eka”.*

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai respon masyarakat terhadap produk al-khairat dibandingkan daerah lain mungkin kalo kita lihat closingan produk al-khairat di makassar tersebut termasuk closingan salah satu yang terbesar daripada yang lain jadi dari situ bisa kita lihat bahwa penerimaan masyarakat pada produk al-khairat sangat luar biasa, tapi kalo secara keseluruhan produk al-khairat ini termasuk produk yang paling awal muncul di takaful, berarti sudah sekitar 30 tahun. “*ucap Bapa Achmad Chusaini*”.

i. Apa saja keuntungan yang di tawarkan oleh agen dalam memasarkan produk al-khairat pada PT. Takaful Keluarga maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut Informan pertama mengenai keuntungan yang ditawarkan oleh agen dalam memasarkan produk al-khairat pada PT. Takaful keluarga yaitu yang pertama bahwa produk ini terjangkau dengan minimal produk ini 200rb, jauh lebih murah dan manfaatnya luar biasa maksimal keuntungan ketika terjadi peristiwa meninggal dunia maka akan diberikan manfaat 100% dari manfaatnya, jadi ketika nasabah mengambil manfaat usia 34 tahun (250 ribu) kontribusinya atau premi manfaatnya senilai 100 juta. Maka ketika meninggal dunia keluarganya akan diberikan santunan sebesar 100 juta. Produk ini sangat membantu karna salah satu untuk mempertahankan kualitas hidup ketika mencari nafkah terutama untuk yang sudah meninggal. Mungkin sisanya saya serahkan ke bapa rahadian eka untuk menambahkan “*ucap Bapa Rahadian Eka*”.

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai keuntungan yang ditawarkan oleh agen dalam memasarkan produk al-khairat pada PT. Takaful keluarga yaitu mungkin saya akan melanjutkan jawaban dari bapa rahadian eka yang kedua dari produk al-khairat adalah sebuah produk memiliki manfaat tambahan yang bisa digunakan untuk waqaf, maka ada 2 manfaat untuk nasabah yang meninggal dunia, sementara untuk keluarganya ( ahli waris) tetap mendapatkan sebagian santunan sehingga terjaga dari sisi financial, beliau yang meninggal dunia pun bisa tetap mendapatkan sebagian santunan waqaf, bahkan bisa digunakan untuk membayar hutang yang belum terbayarkan kepada sebagian ahli waris. “ *ucap Bapa Achmad Chusaini*”.

j. Siapa saja yang terlibat dalam pemasaran produk Al-khairat pada PT. Takaful Keluarga maka data yang di dapat sebagai berikut :

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai siapa saja yang terlibat dalam pemasaran produk al-khairat pada PT.Takaful keluarga ini tergantung lagi kita mau memasarkan dimana, misal pic disebuah komunitas tertentu agen harus bisa mendekati pic tersebut, kalo di perusahaan yaitu hrd atau direksi, kalo di bmp atau pun koperasi pasti direktornya yang harus kita dekati. Kalo pendekatan secara asuransi itu sebuah pendekatan yang harus antara manusia dan manusia, keberhasilan orang menjual itu emang keberhasilan dalam mendekati seseorang dari segi berbicara, ketika ada calon nasabah bertanya kita jawab, menjelaskan dengan baik dan harus dibantu dengan baik sampai closing,

closing itu tetap harus kita yang melayani baik sesimple apapun produknya . “*ucap Bapa Rahadian Eka*”.

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai siapa saja yang terlibat dalam pemasaran produk al-khairat pada PT.Takaful keluarga yaitu mungkin sama saja jawabanya dengan bapa rahadian eka tergantung dengan siapa dan perusahaan apa yang akan kita tawarkan untuk memasarkan produk al-khairat, seperti yang bapa rahadian eka bilang tadi hrd atau direksi yang turun apabila ke suatu perusahaan, bmp dan koperasi syariah yang turun pasti direktornya. “*ucap Bapa Achmad Chusaini*”.

- k. Apa saja pendekatan yang digunakan dalam memasarkan produk al-khairat pada PT. Takaful Keluarga maka data yang di dapat sebagai berikut :

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai pendekatan yang digunakan dalam memasarkan produk al-khairat pada PT.Takaful Keluarga sebenarnya tidak ada cara yang baik ketika memasarkan produk baik dari segi formal, non formal, dan lainnya. Karena yang paling penting adalah step by step bagaimana kita memulai dengan pendekatan ketika produk tersebut tidak dapat dilihat.

Menurut Informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai pendekatan yang digunakan dalam memasarkan produk al-khairat pada PT.Takaful Keluarga mungkin sama saja jawabannya dengan bapa rahadian eka yang paling penting kita harus menguasai tentang asuransi syariah dari segi akad,closing,dll. Akan

sangat memudahkan kita dalam memasarkan produk dari berbagai pendekatan, jadi ketika calon nasabah bertanya kita bisa menjawab dan menjelaskan untuk meyakinkan kepada calon nasabah. “*Ucap Bapa Achmad Chusaini*”.

l. Bagaimana cara memasarkan produk Al-khairat pada PT.Takaful Keluarga melalui pendekatan formal maka data yang didapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai memasarkan produk al-khairat melalui pendekatan formal yaitu dengan cara resmi misalnya menggunakan surat undangan pertemuan kepada suatu perusahaan agar pertemuan terhadap calon nasabah resmi. “*Ucap Bapa Rahadian Eka*”

Menurut Informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai memasarkan produk al-khairat melalui pendekatan formal mungkin sama saja jawabannya dengan bapa rahadian eka dengan cara membuat surat resmi terhadap calon nasabah ataupun suatu perusahaan dengan menentukan jadwal untuk bertemu. “*Ucap Bapa Achmad Chusaini*”.

m. Bagaimana cara memasarkan produk Al-khairat pada PT.Takaful Keluarga melalui pendekatan informal maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai cara memasarkan produk melalui pendekatan informal yaitu pertemuannya biasa di tempat café,restoran dikarenakan kita sudah mulai akrab dengan calon nasabah akan tetapi kita juga melihat kondisi nasabah terlebih dahulu, dan akan

memudahkan juga menjelaskan tentang asuransi syariah. "*Ucap Bapa Rahadian Eka*".

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai cara memasarkan produk al-khairat melalui pendekatan informal pendekatan informal sangat mudah untuk ketemu calon nasabah dan lebih santai dikarenakan pertemuannya bisa di tempat café, restoran, sehingga pendekatan agen dan calon nasabah lebih nyaman dalam menjelaskan asuransi syariah "*Ucap Bapa Achmad Chusaini*".

- n. Bagaimana cara memasarkan produk Al-khairat pada PT. Takaful Keluarga dari segi media maka data yang di dapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai cara memasarkan produk al-khairat melalui segi media yaitu kita bisa melalui sosial media seperti instagram, status whatsapp,youtube,iklan dengan penampilan yang menarik dan mudah dimengerti nasabah,maupun masyarakat diluar sana, dan ini juga masih menjadi pr kita untuk menarik perhatian terhadap nasabah agar tertarik pada produk al-khairat dan lain sebagainya. "*Ucap Bapa Rahadian Eka*".

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai cara memasarkan produk al-khairat melalui segi media yaitu saya setuju dengan apa yang disampaikan dengan bapa rahadian eka tadi, dari segi media lumayan susah gampang dikarenakan tidak langsung tatap muka terhadap calon nasabah akan tetapi kita bisa menyebar luaskan pemasaran tersebut melalui instagram,

whatsapp, dan lain sebagainya. Tapi sekarang Takaful Keluarga bisa kita liat menggunakan aplikasi tais disitu sudah banyak dijelaskan mengenai produk,sistem pembayaran, cara pengisian data untuk mempermudah nasabah. "*Ucap Bapa Achmad Chusaini*".

- o. Bagaimana cara memasarkan produk Al-Khairat pada PT.Takaful Keluarga dari segi orang/kelompok maka data yang didapat sebagai berikut:

Menurut informan pertama (Bapa Rahadian Eka) mengenai cara memasarkan produk al-khairat dari segi orang/kelompok untuk yang ini bisa kita cari informasi mengenai calon nasabah terlebih dahulu apa yang dibutuhkan calon nasabah sebelum kita mulai memasarkan produk tersebut dan juga memudahkan kita sebagai agen. "*Ucap Bapa Rahadian Eka*".

Menurut informan kedua (Bapa Achmad Chusaini) mengenai cara memasarkan produk al-khairat dari segi orang/kelompok mungkin sulit menjadi seorang agen dikarenakan kita harus bisa menguasai tentang asuransi tapi akan lebih mudah jika kita memasarkan produk dengan orang yang tepat. Jadi sebelum kita memasarkan produk kita harus mengenali apa yang dibutuhkan oleh calon nasabah sama seperti apa yang di ucapkan bapa rahadian eka tadi. "*Ucap Bapa Achmad Chusaini*".

## **B. Analisis Data**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, dengan menggunakan data yang terkumpul,tujuan utama dari analisis data yang

diterapkan adalah untuk memberikan jawaban terhadap pernyataan atau masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini.

### **1. Cara Memasarkan Produk Al-Khairat pada PT.Takaful Keluarga Cabang Makassar**

Menurut (Mutawazin:2021) Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Pemasaran mencakup kegiatan yang dapat berguna dalam menciptakan, mengembangkan, mendistribusikan, barang yang dihasilkan sesuai dengan permintaan calon pembeli berdasarkan kemampuan dalam menghasilkan suatu barang.

Dapat disimpulkan produk al-khairat membuat produk yang variatif dengan menyesuaikan serta mempertimbangkan kebutuhan para calon nasabah dan kondisi persaingan pasar. Berdasarkan kondisi itulah Takaful Keluarga membuat beberapa jenis produk, serta menyesuaikan keuangan calon nasabah, manfaat yang diberikan, namun perbendaan itu tidak mengurangi pelayanan yang diberikan.

Menurut (Tjiptono,2004) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan diminta, dicari, dibeli,digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Menurut (Iacobucci,2021). Harga adalah nilai yang dilekatkan pada suatu produk yang dijual. Dengan kata lain, harga adalah ukuran bagi konsumen di dalam pembelian.

Dapat disimpulkan untuk harga dari produk al-khairat terbilang sangat terjangkau jauh lebih murah dan opsi pembayaran pun pada produk al-khairat Keluarga memiliki beragam cara yang memudahkan calon nasabah melakukan pembayaran

Dalam menentukan tempat atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien.

(Tjiptono,2004) Menyebutkan bahwa iklan/promosi memiliki empat. Fungsi utama yaitu menginformasikan khayalak mengenai seluk beluk produk (informative), mempengaruhi khayalak untuk membeli (persuading), dan menyegarkan informasi yang telah diterima khayalak (remin-ding), serta menciptakan suasana yang menyenangkan sewaktu khayalak menerima dan mencerna informasi (entertainment).

Pada produk al-khairat dalam melakukan kegiatan promosi menggunakan berbagai macam cara, mulai dari menggunakan media cetak, media digital, dan segi formal.

Mulai dari media cetak, produk al-khairat ada spanduk, brosur dalam melakukan strategi promosinya, yang menaruhnya di jalan sekitar kantor takaful keluarga.

Media Brosur, produk al-khairat menaruhnya di kantor dan membagikan kepada seluruh perwakilan, yang berisikan informasi produk, harga, manfaat yang di dapat, cara dan syarat pendaftaran.

Media Digital produk al-khairat mempunyai website resmi dengan mengunjungi <https://takaful.co.id/>. Berisikan informasi tentang profil Perusahaan, legalitas, produk, lembar pendaftaran, dan lain-lain. Ada juga akun Instagram, Whatapps. Khusus media sosial, selain menginformasikan produk, disana juga memuat beberapa konten seperti foto dan video penjelasan produk, kata-kata. Penggunaan media digital ini cukup efektif karena jangkauan promosinya lebih luas dan dapat melihat respon atau feedback dari pasar dan konsumen.

Produk al-khairat juga menerapkan personal selling cara ini dilakukan dengan bertemu antara agen dan calon nasabah secara tatap muka untuk memperkenalkan produk al-khairat untuk mendapatkan informasi secara jelas.

## **2. Kendala Dalam Memasarkan Produk Al-Khairat Pada PT Takaful Keluarga Cabang Makassar**

Aspek promosi adalah strategi pemasaran yang banyak digunakan atau bahkan menjadi strategi unggulan dalam memasarkan produk asuransi. Jalur

keagenan masih menjadi saluran pemasaran yang utama dalam memasarkan produk asuransi jiwa. Dari jumlah total pencapaian premi yang ada, 44,5% merupakan kontribusi dari jalur keagenan, 36,7% adalah kontribusi dari jalur bancassurance dan 18,8% merupakan kontribusi dari jalur pemasar yang lainnya. Yang perlu dicatat tenaga pemasar dalam asuransi jiwa mengalami pertumbuhan sebesar 20,7%, menjadi 452.836 orang (AAJI, 2015). Hal tersebut menggambarkan minat masyarakat yang tinggi akan profesi seorang agen sekaligus menjadikan agen sebagai jalur pemasar yang efektif dalam memasarkan produk asuransi kepada calon peserta atau masyarakat.

Menurut (Amrin, 2007, hal. 71). Untuk menjual produk-produk asuransi, seorang agen hendaknya memahami suatu produk yang akan ditawarkan ke calon peserta. Setiap agen memiliki tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam memahami suatu produk asuransi dikarenakan sifat dari setiap produk asuransi yang juga berbeda satu dengan yang lainnya.

Hal ini berarti produk yang dijalankan produk al-khairat sudah cukup optimal, walaupun kendalannya dengan asuransi konvensional Takaful Keluarga menawarkan beragam pilihan produk dengan fasilitas yang berbeda-beda. Seperti manfaat yang diberikan kepada calon nasabah sebagai berikut:

- a. Perlindungan maksimum sampai dengan usia 75 tahun.
- b. Perlindungan terhadap risiko meninggal dunia karena kecelakaan dan cacat tetap, baik total ataupun sebagian.
- c. Kontribusi dapat dibayar per tahun.

Produk al-khairat sudah optimal, karena harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan manfaat yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan.

Produk al-khairat sudah optimal, karena Lokasi Gedung saat ini berada di Tengah kota dan menggunakan papan nama serta dapat ditemukan melalui google maps yang dapat memudahkan konsumen menuju kantor Perusahaan tersebut.

Produk al-khairat sudah optimal dalam melakukan promosi karena bisa dijangkau melalui media terutama di Instagram, Whatapps, <https://takaful.co.id/> .

Menurut (Rachmansyah,2010) Bagaimana seorang tenaga penjual (agen) dalam memberikan solusi dan pelayanan kepada calon nasabah bukan hanya saja menjual produk asuransi, seorang agen pemasar diharapkan dapat memberikan solusi kepada calon nasabah yang terbaik atas apa yang menjadi permasalahan calon nasabah, misalnya kesulitan dalam menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhannya.

Sehingga seorang agen harus bisa melakukan pendekatan terhadap calon nasabah ada beberapa tahap yang harus diperhatikan oleh agen sebelum terjun ke lapangan yaitu mencari informasi yang dibutuhkan seorang nasabah sebelum kita melakukan pemasaran, mencari fakta ketika seorang agen sudah menjalin hubungan terhadap calon nasabah yang dituju, presentasi produk pemberian penjelasan mengenai produk asuransi yang akan ditawarkan, penutupan (closing) pada tahap ini nasabah sudah menyatakan untuk membeli produk yang sudah

ditawarkan dengan ditandai pengisian formulir yang bisa melalui aplikasi tais ataupun secara langsung dibantu dengan agen.