

**STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PADA PRODUK ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA
BANK MUAMALAT KCP PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**

**STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN NASABAH
PADA PRODUK ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA
BANK MUAMALAT KCP PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



- 1. Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M.**
- 2. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2020**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nursafitri

Nim : 16 0402 0226

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul :”Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipublikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo,
Yang membuat pernyataan,

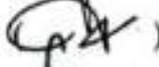
Nursafitri
NIM. 16 0402 0226

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo) yang ditulis oleh Nursafitri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0226, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 25 Maret 2021 miladiyah bertepatan dengan 11 Sya'ban 1442 hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 23 April 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|---------------|---|
| 1. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., MA. | Penguji I | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., ME.Ak | Penguji II | () |
| 4. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. | Pembimbing I | () |
| 5. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd. | Pembimbing II | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001



Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ

وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى أَهْلِ صَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan Shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih untuk kedua orang tua tercinta ibunda Nurlia dan ayahanda Syafruddin yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Ramlah M., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, dan Muzzayyana Jabani, ST., MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah.
3. Hendra Safri, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perbankan Syariah.
4. Dr. Hj. Ramlah M., M.M., selaku pembimbing I dan Yuyun Ruqiyyat Said, S.Pd., M.Pd., selaku pembimbing II yang senantiasa mencurahkan segenap ilmu dan meluangkan waktu demi memberikan bimbingan, arahan serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Ilham, S.Ag., MA. selaku penguji I, dan Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., M.Ak. selaku penguji II yang telah banyak memberikan saran serta masukan kepada peneliti demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag.,M.Ag., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelas SE.
7. Dr. Rahmawati M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik.
8. Sub Branch Manager Bank Muamalat KCP Palopo yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian serta kepada informan yang telah berperan penting dan bersedia membantu dalam proses penelitian skripsi ini.
9. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayah Syafruddin dan ibu Nurlia, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Kepada saudariku Nuranisa dan saudaraku Muh. Ibnu Sabil yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
10. Kepada sahabat seperjuangan Sibawa (Arga frima, Astri Parma Putri, Berliani dan Hasmita) yang selalu memberi semangat, dukungan dan

masukannya dari sejak dibangku perkuliahan hingga pada tahap penyelesaian skripsi.

11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas PBS B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo, 20 Oktober 2020

IAIN PALOPO Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
سین	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah

ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
فا	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*
 هَوْلًا : *hauła*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ... اِ ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ ...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ ...	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتًا : *māta*
 رَمَى : *rāmā*
 قِيلًا : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رُؤْيَا
 رُؤْيَا
 رُؤْيَا

: *raudah al-atfāl*
: *al-madīnah al-fādilah*
: *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّانَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُومًا	: <i>nu'ima</i>
أَدْوَمًا	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

أَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
أَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

السَّمْسِ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةِ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفَلْسَافَةِ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادِ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَمُرُونَا	: ta'murūna
النَّوْءُ	: al-nau'
سَيِّئُونَ	: syai'un
أَمْرٌ	: umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī
Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dīnillāh</i>	<i>billāh</i>

adapuntā'marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ	<i>hum fī rahmatillāh</i>
--------------------------	---------------------------

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh :

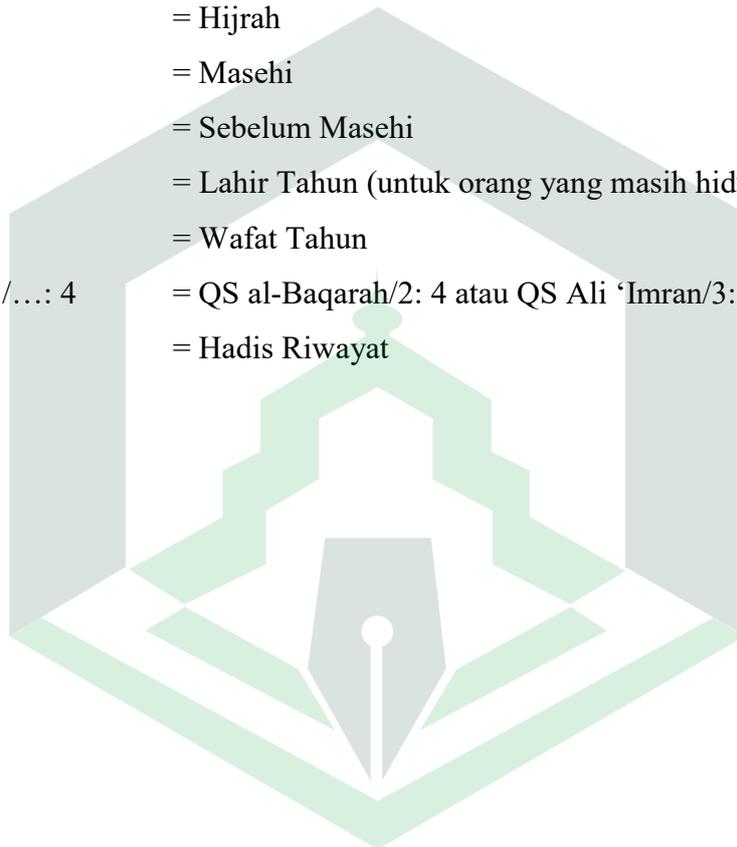
Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR AYAT.....	xvi
DAFTAR HADIS	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Deskripsi Teori	13
1. Strategi Pemasaran.....	13
2. Bauran Pemasaran.....	16
3. Pengertian Asuransi Syariah.....	20
4. Dasar Hukum Asuransi Syariah.....	22
5. Risiko dan Ketidakpastian	25
6. Tujuan dan Manfaat Asuransi.....	29
7. Jenis Bidang Usaha Asuransi Syariah	30
8. Nasabah.....	33
C. Kerangka Pikir	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Fokus Penelitian.....	36
C. Definisi Istilah.....	36
D. Desain Penelitian.....	37
E. Data dan Sumber Data	37
F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Teknik Pengumpulan Data.....	40
H. Pemeriksaan Keabsahan Data	40
I. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....	44
A. Deskripsi Data.....	44
B. Pembahasan.....	56

BAB V	PENUTUP.....	66
	A. Simpulan	66
	B. Saran.....	67

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



IAIN PALOPO

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS Al Maidah/5 : 2	23
---------------------------------------	----



IAIN PALOPO

DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Diyat 24



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Portofolio Nasabah Asuransi per Desember 2018	4
Tabel 3.1 Data Informan Bank Muamalat KCP Palopo.....	38
Tabel 3.2 Data Informan Nasabah Asuransi Syariah	38
Tabel 4.1 Data Peningkatan Nasabah Asuransi Syariah	64



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Palopo.....	47



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keterangan Wawancara
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 6 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 7 Persetujuan Penguji
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Nursafitri, 2020. "*Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)*" Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ramlah Makkulasse dan Yuyun Ruqiyat Said.

Kehadiran asuransi syariah ditengah masyarakat tidak mampu menarik minat masyarakat untuk lebih memilih jasa asuransi yang berlandaskan syariat Islam. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: bagaimana strategi yang dijalankan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah; seberapa efektif strategi yang dijalankan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah produk asuransi syariah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Informan pada penelitian ini terdiri dari *Relationship Manager, Insurance Advisor Syariah, Customer Service* serta nasabah asuransi syariah. Data diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya data kemudian di analisis dengan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan bank dalam meningkatkan nasabah pada produk asuransi syariah yaitu melakukan kunjungan secara langsung (*Join Visit*) ke nasabah, mempromosikan produk asuransi syariah melalui media elektronik seperti Facebook, WhatsApp dan Instagram, melakukan penjualan melalui metode *Cross Selling*, yaitu penawaran produk yang berbeda kepada nasabah untuk membeli produk pelengkap lain. Penerapan strategi yang dijalankan bank belum begitu efektif dikarenakan pihak marketing terkadang tidak dapat mencapai target nasabah yang harus dicapai setiap bulannya. Dan dari hitungan persentase tahunan meskipun mengalami kenaikan sebesar 40% akan tetapi persentase kenaikan tersebut masih sangat kecil.

Kata Kunci: Strategi, Peningkatan Nasabah, Asuransi Syariah.

ABSTRACT

Nursafitri, 2020. "*Bank Strategies in Increasing Customers in Sharia Insurance Products (Study at Bank Muamalat KCP Palopo)*" Thesis of Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Ramlah Makkulasse and Yuyun Ruqiyat Said.

The presence of sharia insurance in the midst of society is unable to attract the public's interest to prefer sharia insurance service based on Islamic sharia. So this study aims to determine: how the strategies implemented by Bank Muamalat in increasing the number of customers in Islamic insurance products; how effective is the strategy implemented by Bank Muamalat in increasing the number of customers of Islamic insurance products. This type of research is qualitative research. Informants in this study consisted of Relationship Manager, Sharia Insurance Advisor, Customer Service and sharia insurance customers. Data obtained through interviews and documentation. Then the data is analyzed using data reduction techniques, data presentation and drawing conclusions. The results show that the strategies implemented by the bank in increasing customers for sharia insurance products are direct visits (Join Visit) to customers, promote Islamic insurance products through electronic media such as Facebook, WhatsApp and Instagram, make sales through the Cross Selling method, namely offers different products to customers to purchase other complementary products. The strategy implemented by the bank has not been very effective because the marketing party sometimes cannot reach the target customer that must be achieved every month. The calculation of the annual percentage has increased by 40%, but it was still very small.

Keywords: Strategy, Customer Increase, Sharia Insurance.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masa depan merupakan sesuatu yang tidak pasti, dan ketidakpastian selalu berkaitan dengan risiko. Kita tidak akan pernah tahu kapan kita akan terlibat dengan keadaan yang tidak kita inginkan karena risiko bisa terjadi kapanpun tanpa diduga dan dapat menimbulkan kerugian apabila tidak diantisipasi sebelumnya. Oleh karena itu, untuk meminimalisir risiko yang mungkin saja terjadi maka seseorang akan menyisihkan sebagian harta untuk menanggung kebutuhan masa depan yang tidak pasti. Penyisihan harta untuk masa depan bisa dalam bentuk investasi, menabung, atau membayar premi asuransi.

Asuransi adalah salah satu Lembaga Keuangan yang menyediakan pelayanan dalam bidang jasa perlindungan sosial dalam bentuk pengendalian risiko. Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI dalam Pedoman Umum Asuransi Syariah No: 21/DSN-MUI/X/2001 mendefinisikan asuransi syariah sebagai suatu usaha saling tolong-menolong dan melindungi diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/ tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah.¹

Definisi tersebut dapat dipahami bahwa asuransi merupakan sebuah bentuk kesepakatan bersama untuk saling menjamin dan menanggung dengan cara mengumpulkan uang dan membuat sebuah tabungan dana keuangan bersama yang

¹ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, *Pedoman Umum Asuransi Syariah*, (Jakarta: 2001), 5.

kemudian akan digunakan sebagai dana bantuan bagi seseorang yang ditimpa kesusahan. Hal ini dilakukan sebagai suatu usaha untuk menghadapi peristiwa yang mungkin akan terjadi yang menimpa seseorang dan membawa kepada kerugian.

Gagasan asuransi berkaitan erat dengan kelompok yang dengan kata lain bahwa kehidupan kelompok merupakan titik pangkal asuransi.² Kelompok tersebut bersatu dalam mengadakan persiapan untuk menghadapi bahaya yang bisa terkena diantara anggota kelompok mereka. Kelompok itu harus sama-sama menyelamatkan anggotanya dan sama-sama memikul kerugian untuk meringankan beban jika kerugian tersebut menimpa salah seorang diantara mereka.

Asuransi syariah terbentuk sebagai akibat dari banyaknya kecaman para ulama Islam terkait haramnya transaksi asuransi konvensional. Hal ini dibuktikan dalam konferensi ke II di Jeddah pada tahun 1985, para ulama Islam sedunia yang berada dibawah OKI setuju meluncurkan keputusan No. 9 (9/2) 1985, yang berbunyi “transaksi asuransi dengan premi tertentu yang dilaksanakan oleh perusahaan asuransi adalah transaksi dengan tingkat gharar tinggi. Hal ini membuat hukum transaksi ini diharamkan Islam”.³ Keputusan tersebut didasarkan pada unsur *gharar* (tidak jelas), *maysir* (perjudian), dan riba. Dalam hal ini terdapat beberapa hal, yang pertama: bilamana pemegang polis tiba-tiba tertimpa musibah sehingga menerima hasil klaim, padahal baru sebentar menjadi klien

² Muhammad Maslehuddin, *Menggugat Asuransi Modern (Mengajukan Suatu Alternatif Baru dalam Perspektif Hukum Islam)*, (Jakarta: Lentera, 1999), 7.

³ Erwandi Tarmizi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: Berkat Mulia Insani, 2018), 289.

asuransi dan baru sedikit membayar premi. Sekiranya hal ini terjadi maka nasabah diuntungkan. Kedua: jika seandainya hingga akhir masa perjanjian tidak terjadi kerugian, sedangkan klien asuransi telah membayar premi secara penuh/lunas maka perusahaan diuntungkan. Dan yang terakhir: jika pemegang polis dengan alasan tertentu memutuskan kontrak sebelum masa *reversing period* maka yang berkaitan tidak dapat memperoleh kembali uang yang sudah dibayar/uangnya di anggap hangus.⁴ Sehingga dengan adanya keputusan tersebut maka dirasa perlu untuk mewujudkan dan mendirikan suatu perusahaan asuransi yang sesuai dengan syariat Islam, dan dari segi bisnis juga menguntungkan kedua belah pihak.

Bertepatan tanggal 27 Juli 1993, Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa bersama Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan perusahaan Asuransi Tugu Mandiri mengambil inisiatif dan memelopori pendirian Asuransi Takaful, dengan menyusun Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI).⁵ Asuransi Takaful Indonesia merupakan usaha asuransi yang bergerak dibidang asuransi jiwa syariah yang lahir sebagai hasil kerja TEPATI yang berdiri pada tanggal 24 Agustus 1994 dengan nama PT Asuransi Takaful Keluarga yang diresmikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad melalui SK Menkeu No. Kep 385/KMK.017/1994.⁶ Sejak saat itulah kemudian bermunculan asuransi syariah lain.

⁴ Eja Armaz Hardi, "Studi Komparatif Takaful dan Asuransi Konvensional", *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, No. 2 (Desember, 2015), 426.

⁵ Nurul Ichsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Referensi, 2014), 205

⁶ Walid Nopriansyah, *Asuransi Syariah (Berkah Terakhir yang Tak Terduga)*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 8.

Islam mengajarkan manusia agar menjalankan hidup sesuai dengan syariat agama Islam dengan mengarahkan perekonomian Indonesia yang berlandaskan pada Alquran dan sunnah Nabi. Bangsa Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Akan tetapi dalam kehidupan perekonomian, umat Islam berada pada posisi minoritas. Hal ini disebabkan etos kerja umat Islam juga berkaitan dengan sistem ekonomi yang diterapkan. Suatu tantangan bagi umat Islam bagaimana membangun ekonomi yang selaras dengan ideologi Islam.

Kehadiran produk asuransi syariah ditengah masyarakat diharapkan mampu menarik minat masyarakat untuk memilih jasa asuransi yang berlandaskan syariat Islam. Namun saat ini yang sering tidak disadari oleh banyak masyarakat awam khususnya adalah mereka beranggapan bahwa lembaga keuangan syariah belum bisa menerapkan sistem yang sesuai dengan aturan syariat Islam sehingga lebih memilih menggunakan jasa asuransi konvensional. Berikut portofolio nasabah asuransi syariah per Desember 2018:

Tabel 1.1 Portofolio nasabah asuransi per Desember 2018

NO	Cabang Asuransi	Jumlah Peserta (Polis)	
		Perorangan	Perkumpulan
1	Kematian Berjangka	-	61.837
2	Dwiguna	-	-
3	Seumur Hidup	-	-
4	Anuitas	-	-
5	Anuitas Dana Pensiun	-	-
6	Kesehatan	-	220
7	Kecelakaan Diri	-	-
8	Produk Investasi	19.138	-
Jumlah		19.138	62.057

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan

Tabel tersebut menunjukkan bahwa masyarakat pada umumnya masih kurang dalam memilih jasa asuransi syariah. Kesadaran masyarakat untuk ikut berasuransi pun menjadi kendala bagi perkembangan asuransi syariah. Terlebih dengan banyaknya perusahaan asuransi konvensional yang menjadi sorotan bahkan berujung bangkrut dikarenakan gagal klaim dana asuransi nasabah. Banyak nasabah yang mengeluhkan tidak terbayarkannya nilai klaim atau manfaat asuransi yang bahkan sudah jatuh tempo. Sehingga secara tidak langsung hal ini juga berdampak pada keberadaan asuransi syariah. Dengan kasus tersebut, masyarakat tidak lagi menaruh kepercayaan yang penuh serta merasa takut untuk kembali memilih jasa asuransi, entah itu asuransi konvensional ataupun asuransi syariah.

Namun melihat dari sisi yang lain, keadaan ini juga bisa menjadi peluang besar bagi bank untuk memasarkan produk asuransi syariah kepada masyarakat secara jelas baik itu terkait sumber pengajuan klaim dan terkhusus pada aspek pembedanya dengan asuransi konvensional. Sehingga perlu adanya suatu upaya yang diterapkan dalam memasarkan produk asuransi syariah untuk kembali mendapatkan kepercayaan sepenuhnya dari masyarakat juga sekaligus meningkatkan jumlah nasabahnya. Mengingat bahwa, dari jumlah total penduduk di Indonesia, pemegang polis individual baru mencapai kisaran 3%.⁷

Setiap perusahaan mempunyai tujuan agar tetap berkembang. Dan tujuan tersebut hanya akan dapat dicapai apabila perusahaan mampu melakukan usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan yang salah satunya

⁷ Novi Puspitasari, *Manajemen Asuransi Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2015), xviii.

melalui upaya meningkatkan jumlah nasabah. Hal tersebut hanya dapat dilakukan melalui usaha mencari, membina serta usaha menguasai pasar dengan melakukan berbagai strategi yang tepat. Meningkatkan lembaga keuangan syariah diperlukan strategi yang efektif dalam upaya peningkatan jumlah nasabah dan sekaligus menarik minat nasabah. Faktor lain juga sangat berpengaruh dalam proses berjalan lancarnya pengoperasian lembaga keuangan syariah seperti sumber daya manusia yang sudah memahami aturan-aturan syariah secara menyeluruh sehingga dalam menjalankan strateginya, pihak lembaga keuangan sudah tidak diragukan lagi karena memiliki sistem syariah yang kuat. Maka dengan adanya strategi yang efektif nasabah mungkin akan mempertimbangkan untuk lebih memilih menggunakan produk asuransi syariah .

Melihat kondisi tersebut maka peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi yang dijalankan oleh Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah. Sehingga peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang membahas tentang “*Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)*”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus dan mendalam maka peneliti melihat masalah penelitian yang dilakukan perlu diberi batasan. Olehnya itu, peneliti membatasi dengan hanya yang berkaitan dengan “Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah”. Strategi yang dijalankan bank menjadi tolak ukur apakah jumlah nasabah produk asuransi syariah mengalami peningkatan atau tidak.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah?
2. Bagaimana efektifitas strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah.
2. Untuk mengetahui seberapa efektif strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bisa memberikan informasi baru kepada bidang keilmuan lembaga keuangan khususnya perasuransian syariah. Dan juga dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penulis lain untuk digunakan sebagai bahan pendukung dan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat meningkatkan wawasan keilmuan, pengetahuan, pemahaman serta sebagai bahan perbandingan antara

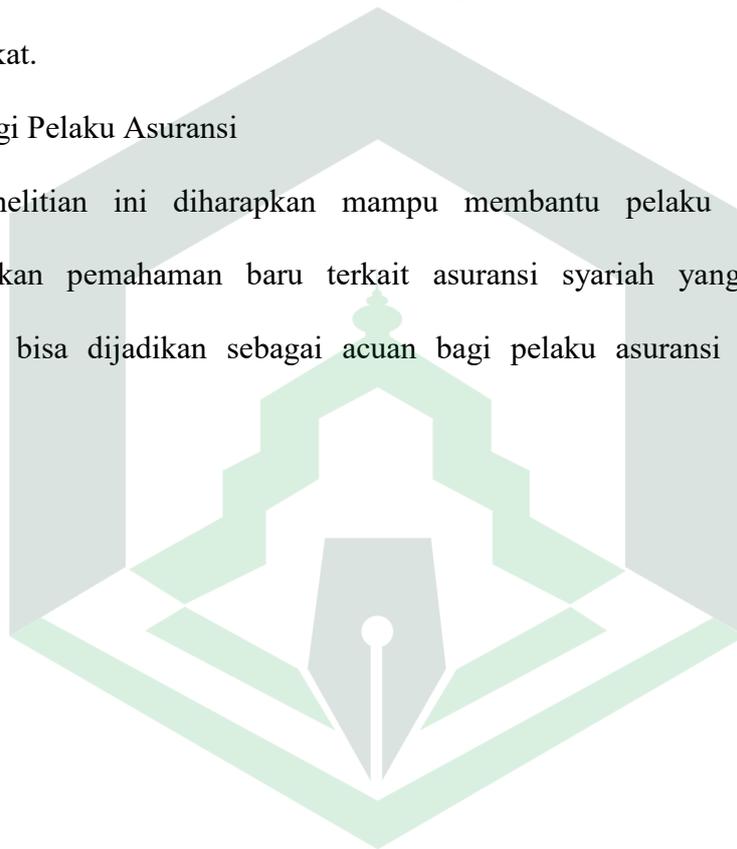
teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan penerapan budaya kerja sesungguhnya diperusahaan.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi kajian-kajian ilmu ekonomi islam khususnya asuransi syariah sebagai sumber alternatif islami bagi masyarakat.

c. Bagi Pelaku Asuransi

Penelitian ini diharapkan mampu membantu pelaku asuransi dalam memberikan pemahaman baru terkait asuransi syariah yang sesungguhnya sehingga bisa dijadikan sebagai acuan bagi pelaku asuransi dalam kegiatan asuransi.



IAIN PALOPO

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Hasil penelitian terdahulu dalam penelitian ini dijadikan sebagai landasan agar dapat mengetahui letak persamaan dan perbedaan dari penelitian yang telah ada, diharapkan peneliti bisa memahami posisi penelitian yang dilakukan oleh peneliti agar tidak terdapat kesamaan materi serta sebagai telah yang dapat mengembangkan pola pikir peneliti.

Penelitian yang dilakukan **Susi Susanti**, 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah dengan judul **Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah**. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu kurangnya tingkat loyalitas nasabah takaful dana pendidikan. Jumlah nasabah produk takaful pendidikan terhitung 3 tahun berturut-turut sejak 2014-2016 mengalami penurunan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi promosi produk takaful dana pendidikan asuransi takaful keluarga cabang Bengkulu dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik penarikan informan menggunakan *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan yang

dilakukan dalam mempertahankan loyalitas nasabah ialah lebih memfokuskan *personal selling*/ penjualan langsung kepada nasabah.⁸

Penelitian yang dilakukan **Pebi Resque Tarigan**, 2018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Perbankan Syariah dengan judul **Strategi Perhimpunan dana Pihak Ketiga pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad**. Permasalahan dalam penelitian ini adalah permasalahan keterjangkauan jaringan yang masih rendah dan belum merata diseluruh provinsi di Indonesia sehingga menyebabkan nasabah mengalami kesulitan dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah khususnya produk penghimpun dana. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh BSM KCP Medan Ringroad dalam menghimpun dana dari masyarakat dan apa saja hambatan-hambatan yang dialami tersebut. Penelitian yang telah dilakukan ini merupakan jenis penelitian kualitatif menggunakan data primer dan sekunder dengan menggunakan observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan diantaranya dengan brosur yang menarik dan diadakannya ceramah keagamaan/pengajian secara rutin kepada masyarakat . Kemudian hambatan yang dihadapi diantaranya adalah kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung dan kurangnya SDM yang melaksanakan kegiatan pemasaran dan jaringan dalam memasarkan produk.⁹

Penelitian yang dilakukan oleh **Muhammad Fahmul Iltiham** dan **Dian Wahyuni**, 2016, jurnal ekonomi syariah dengan judul **Strategi Agen Asuransi**

⁸ Susi Susanti, *Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah*, Skripsi Strata 1, (Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2018), 8.

⁹ Pebi Resque Tarigan, *Strategi Penghimpunan Dana Pihak keTiga pada PT Bank Syaariah Mandiri KCP meda Ringroad*, Skripsi Strata 1, (Sumatera Utara: UIN, 2018), 3.

Syariah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus di PT. Asuransi Takaful Indonesia Malang). Permasalahan yang di angkat dalam penelitian ini yaitu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah asuransi syariah. Pelayanan yang dilakukan oleh agen selaku sumber daya manusia dalam menawarkan produk merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih jasa asuransi syariah, Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi agen asuransi syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah. Penelitian yang telah dilakukan ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah yaitu dengan memperluas pasar sasaran melalui sosialisasi secara langsung, mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada dengan menjaga komunikasi serta memberikan layanan terbaik, mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan risiko dalam asuransi syariah, mengevaluasi dan mengukur besarnya risiko yang mungkin terjadi dan menentukan metode yang terbaik untuk menangani risiko tersebut.¹⁰

Sedangkan penelitian ini berjudul “***Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo).***”

Berdasarkan uraian diatas, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang peneliti lakukan. Persamaan penelitian ini

¹⁰ M Daoudi, ‘Daoudi,M’, *Journal of Visual Languages & Computing*, 11.3 (2000), 21.

dengan penelitian Susi Susanti yaitu terletak pada jenis penelitian dan metode pengumpulan data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada letak permasalahan dan topik bahasannya. Permasalahan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terkait pada kurangnya minat masyarakat dalam memilih jasa asuransi syariah, sehingga penelitian ini berfokus pada strategi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah. Sedangkan permasalahan pada penelitian Susi Susanti yaitu kurangnya tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan produk takaful dana pendidikan pada asuransi syariah sehingga penelitian berfokus pada penerapan promosi dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

Adapun persamaan penelitian ini dengan penelitian Pebi Resque Tarigan yaitu terletak pada jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada identifikasi permasalahan serta topik bahasannya. Penelitian yang dilakukan Pebi Resque Tarigan membahas tentang strategi BSM KCP Medan Ringroad dengan memfokuskan pembahasannya pada produk perhimpunan dana pihak ketiga. Sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti membahas tentang strategi Bank Muamalat dengan berfokus pada peningkatan jumlah nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan oleh Muhammad Fahmul Iltiham dan Dian Wahyuni yaitu terletak pada jenis penelitian dan teknik pengumpulan data yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terletak pada identifikasi permasalahannya. Identifikasi permasalahan pada penelitian Muhammad Fahmul Iltiham dan Dian Wahyuni mengenai persoalan SDM dalam menawarkan produk asuransi syariah

serta dalam memberikan pelayanan. Sedangkan identifikasi permasalahan pada penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu terkait pada kurangnya minat masyarakat dalam memilih jasa asuransi syariah.

B. Deskripsi Teori

1. Strategi Pemasaran

Masyarakat selaku konsumen tidak akan datang begitu saja tanpa mempunyai pertimbangan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan untuk menggunakan atau membeli produk maupun jasa yang ditawarkan. Agar produk dapat diketahui keberadaan serta manfaatnya untuk masyarakat, perlu adanya upaya yang dilakukan perusahaan untuk menginformasikan produk atau jasa.

Strategi adalah serangkaian rencana cermat tentang suatu kegiatan guna meraih suatu target atau sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.¹¹ Setiap perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama akan tetapi dalam mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan tentunya memiliki strategi yang berbeda-beda.

Kenneth R. Andrews dalam Danu Suprayogi menyatakan bahwa strategi merupakan pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan.¹²

¹¹ Siti Mashnu'ah, 'Strategi Pemasaran Produk Fulprotek Pt. Asuransi Takaful Keluarga Dan Bank Muamalat Indonesia', *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2.2 (2016), 107. <<https://doi.org/10.15408/aiq.v2i2.2487>>.

¹² Danu Suprayogi, *Penerapan Strategi Pemasaran di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Assalam Family*, Skripsi Strata 1, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), 4.

Prof Onong Uchyana Effendy, MA dalam Adinda Manthovani Aziza mengatakan bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.¹³

Philip Kotler merumuskan strategi pemasaran sebagai suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana didalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran.¹⁴

Strategi pemasaran berfokus pada tujuan jangka panjang perusahaan dan melibatkan perencanaan program-program pemasaran untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Perusahaan bergantung pada strategi pemasaran untuk mencanangkan lini produk atau jasanya, termasuk produk dan jasa baru.¹⁵ Maka setiap perusahaan perlu menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya beli konsumen akan produk atau jasa yang ditawarkan guna mencapai target serta menguasai pangsa pasar. Oleh karena itu, sebelum memasarkan suatu produk atau jasa terlebih dahulu harus mampu memahami dan mengetahui langkah-langkah yang harus di tempuh untuk melancarkan strategi pemasarannya agar apa yang direncanakan tepat sasaran sehingga tujuan pemasaran dapat terwujud.

¹³Adinda Mantovani Aziza, *Analisis Strategi Pemasaran Produk BLIFE Investlink Syariah di PT BNI Life Insurance Divisi Syariah* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011), 21.

¹⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta, Prenhalindo, 1997), 25.

¹⁵ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 40.

Strategi pemasaran mengandung dua faktor terpisah tetapi berhubungan dengan erat yaitu:

- a) Pasar target/sasaran, yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen yang merupakan sasaran perusahaan.
- b) Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu variabel-variabel pemasaran yang dapat dikontrol, yang akan dikombinasikan oleh perusahaan untuk memperoleh hasil yang maksimal. Kedua faktor ini berhubungan erat. Pasar merupakan sasaran yang akan dituju, sedangkan bauran pemasaran merupakan alat untuk menuju sasaran tersebut.

Philip Kotler merumuskan konsep strategi pemasaran modern dan dikatakan sebagai jantung dari strategi pemasaran yaitu *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*.¹⁶

a. Segmentasi Pasar

Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan serta keinginan yang berbeda, maka perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar atau membagi pasar kedalam sekelompok konsumen yang memiliki perilaku atau kebutuhan yang serupa sehingga dengan melakukan segmentasi pasar, pemasaran akan lebih terarah dan efektif.

Ada beberapa variabel yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk segmentasi pasar, diantaranya:

- 1) Variabel geografis, yaitu pengelompokan yang dilakukan berdasarkan daerah tertentu.

¹⁶ Dimas Hendika Wibowo, 'Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo)', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29. no. 1 (2015), 61.

- 2) Variabel demografis, yaitu pengelompokan yang dilakukan berdasarkan jenis usia, jenis kelamin dan juga pendapatan.
- 3) Variabel psikografis yaitu pengelompokan konsumen dalam suatu kepribadian, kelas social dan gaya hidup.
- 4) Variabel perilaku yaitu pengelompokan konsumen dalam satu perilaku, misalnya: kesempatan, manfaat yang di cari, status pengguna, tingkat penggunaan, status kesetiaan, tahap kesiapan pembeli dan sikap.

b. Targeting Pasar

Setelah melakukan segmentasi pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi kira-kira segmen mana yang menjadi target pasar atau sasaran yang akan dituju. Dalam menentukan target pasar perusahaan harus melihat dua faktor diantaranya adalah daya tarik pasar serta tujuan perusahaan itu sendiri.

c. Positioning Pasar

Positioning berkenaan dengan strategi perusahaan dalam memperkenalkan serta mengkomunikasikan produknya beserta keunggulan yang dimiliki agar dapat menciptakan kesan-kesan tertentu dibenak pasar sasaran. Positioning adalah bagaimana sebuah produk di mata konsumen, apa yang membedakan dengan produk pesaing.

2. Bauran Pemasaran

Dalam melakukan dan merencanakan strategi pemasaran, beberapa perusahaan telah menggunakan berbagai cara yang kemudian dikombinasikan menjadi satu. Strategi ini akrab dikenal dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang merupakan kombinasi variabel atau kegiatan inti dari sistem

pemasaran, variabel yang dapat mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen.¹⁷ Jadi dalam *Marketing Mix* terdapat beberapa komponen yang kemudian dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen dalam pasar sasarannya.

Terdapat 4 komponen dalam *Marketing mix* yang biasa juga disebut 4P yakni:¹⁸

a. Produk (*Product*)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar yang meliputi barang secara fisik ataupun jasa. Philip Kotler mengemukakan bahwa produk adalah apa yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.¹⁹

Produk merupakan objek yang sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan keuntungan yang akan menjaga aktivitas operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Produk yang bermutu serta mempunyai kualitas yang baik dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus mampu merancang suatu produk yang memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing.

b. Harga (*Price*)

¹⁷ Ernawati Ernawati and Moch. Novi Rifa'i, 'Strategi Pemasaran Produk PRULink Syariah Assurance Account Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Malang', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2018), 53 <<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5834>>.

¹⁸ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 33

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi Milenium, (Jakarta: Prenhalindo, 2010), 488.

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Harga dapat juga diartikan sebagai jumlah nilai yang diberikan oleh pelanggan guna untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Harga yang ada dalam konteks industri asuransi baik asuransi syariah maupun asuransi konvensional dapat tercermin dari nilai premi maupun nilai pertanggungan yang ditawarkan. Semakin menarik harga yang ditawarkan maka potensi calon konsumen untuk membeli produk asuransi semakin terbuka lebar.

c. Tempat (*Place*)

Tempat merupakan lokasi dijalankannya berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan. Pemilihan tempat atau lokasi bisnis menjadi sangat penting guna untuk memudahkan pelanggan menjangkau produk atau jasa. Selain itu kenyamanan akan lokasi juga menjadi hal yang sangat penting, bagaimana sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan konsumen.

d. Promosi (*Promotion*)

Kegiatan promosi biasanya merupakan salah satu yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Tujuan yang diharapkan dari promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Perusahaan harus mampu menentukan promosi apa yang paling tepat, sebab setiap produk memiliki target pasar yang berbeda.

Promosi digunakan untuk menginformasikan kepada orang mengenai produk-produk dan meyakinkan para nasabah atau calon nasabah dalam pasar

yang menjadi target (sasaran pasar) suatu perusahaan.²⁰ Dalam kegiatan promosi, tentunya telah diukur seberapa jauh jangkauan dari kegiatan promosi, berapa kali frekuensi promosi dilakukan, dan seberapa besar dampak dari kegiatan promosi tersebut.

Dalam bauran pemasaran sarana yang dilakukan untuk mempromosikan barang atau jasa mengacu pada periklanan, penjualan personal, dan pemasaran langsung:²¹

1) periklanan (*Advertising*)

periklanan memegang peranan yang cukup penting dan juga sangat dipengaruhi dengan perkembangan media cetak maupun elektronik. Sarana dalam melakukan periklanan biasanya melalui selular, e-mail, televisi, dan internet. Tujuan dari periklanan diantaranya memberikan informasi kepada calon konsumen tentang suatu produk baru, membujuk dan mendorong calon konsumen untuk beralih pada produk berbeda serta mengingatkan konsumen di mana mereka dapat memperoleh suatu produk.

2) Penjualan personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal merupakan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya. Hal yang paling penting yang perlu di ingat oleh tenaga penjual adalah memberikan penjelasan sebaik mungkin mengenai produk yang dipasarkan serta

²⁰ G Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah Gita Danupranata, Salemba Empat*, 2013. 45.

²¹ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 145-158.

melakukan pendekatan kepada calon pembeli, karena di tangan penjuallah terletak kunci keberhasilan dari komunikasi pemasaran penjualan personal.

3) Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusung nilai tambah dari suatu produk (untuk mendapatkan lebih dari sekedar yang ada dari nilai produk) dalam jangka waktu tertentu untuk mendorong pembelian konsumen, efektivitas penjualan, atau mendorong upaya yang dilakukan tenaga penjualan. Sifat yang terkandung dalam promosi penjualan adalah mampu menarik perhatian dan memberi informasi, memberikan keistimewaan dan rangsangan, dan mengundang tindakan untuk membeli saat itu juga.

3. Pengertian Asuransi Syariah

Asuransi dalam bahasa arab disebut *at-ta'min*, *at-takaful* dan *tadamun*. penanggung disebut mu'ammin, sedangkan tertanggung disebut mu'ammen lahu atau musta'min. At-ta'min diambil dari kata *amanah* yang berarti perlindungan, ketenangan rasa aman, dan bebas dari rasa takut Di Indonesia asuransi islam dikenal dengan istilah takaful. Kata takaful berasal dari *takafala-yatakafalu*, yang berarti menjamin atau saling menanggung. Muhammad Syakir Sula memaknakan takaful dalam pengertian muamalah yaitu saling memikul risiko di antara sesama orang, sehingga diantara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko yang lainnya.²²

²² Wirdyaningsih, *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*, Edisi 1 (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2005), 177-178.

Ensiklopedi hukum islam menyebut bahwa asuransi sebagai sebuah transaksi kesepakatan antara dua pihak. Pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran jika terjadi sesuatu yang tak terduga menimpa pihak pembayar iuran sesuai perjanjian yang dibuat.²³ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa, asuransi syariah merupakan upaya saling melindungi dan menanggung beban derita diantara anggota pesertanya dalam menghadapi malapetaka.

Praktik asuransi sudah dilakukan sejak zaman Nabi seperti yang pernah dilakukan pada masa Nabi Yusuf as. yaitu pada saat ia menafsirkan mimpi Raja Fir'aun bahwa Mesir mengalami paceklik selama 7 tahun lamanya. Maka untuk menghadapi masa kesulitan itu, Nabi Yusuf menyarankan agar menyisihkan sebagian harta dari hasil panen sehingga masa paceklik dapat ditangani dengan baik. Pada masyarakat arab sendiri praktik asuransi sudah menjadi kebiasaan sejak masa pra islam tetapi dengan sebutan *aqilah* yang merupakan cara penutupan yang dilakukan dari keluarga pembunuh terhadap keluarga korban (yang terbunuh) dengan membayarkan sejumlah uang yang disebut uang darah. Kebiasaan ini kemudian dilanjutkan oleh Nabi Muhammad SAW. Praktik *aqilah* yang dilakukan masyarakat arab ini sama dengan praktik asuransi pada saat ini. Dimana sekelompok orang membantu untuk menanggung orang lain yang tertimpa musibah.

Asuransi syariah tidak hanya terbatas merujuk pada suatu lembaga yang bebas gharar, maysir, dan riba. Akan tetapi dapat dimaknai lebih luas dari pada

²³ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ichthiar Baru, 1996), 138.

itu, keberadaannya tersebut dapat berperan sebagai instansi yang dapat meningkatkan kesejahteraan umat manusia, tentunya dengan tetap memperhatikan perintah-perintah yang ada didalam nash.

4. Dasar Hukum Asuransi Syariah

Asuransi syariah merupakan bisnis pertanggungan yang didasari pada nilai-nilai islam yang merujuk pada Al-qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Yang mementingkan niat ikhlas untuk membantu satu sama lain dalam upaya saling melindungi dalam aktivitas-aktivitas masyarakat demi untuk kesejahteraan bersama.

Asuransi Islam mempunyai prinsip utama yang didasarkan pada Al-quran dan Al-hadits, yaitu: ²⁴

a. saling bertanggungjawab

Para peserta asuransi setuju untuk saling bertanggungjawab antara satu sama lain dan harus melaksanakan kewajiban dibalik menerima yang menjadi hak-haknya.

b. saling bekerjasama atau tolong-menolong

Prinsip yang paling utama dalam konsep asuransi syariah adalah prinsip tolong-menolong dan saling membantu sesamanya dalam berbuat kebajikan. Hal ini mengandung arti bahwa setiap peserta asuransi ketika melangsungkan akad harus memiliki niat untuk tolong-menolong di antara sesama peserta atau tepatnya saling tanggung menanggung.

c. Saling melindungi dari berbagai kesusahan

Para peserta asuransi setuju untuk saling melindungi dari musibah, bencana

²⁴ M Nur Rianto and Al Arif, *Pada Asuransi Syariah*.(Bekasi: Gramata), 2015, 13.

dan sebagainya terutama melalui penghimpunan dana *Tabarru'* melalui perusahaan yang diberi kepercayaan untuk itu.

1) Alquran

Didalam Alquran sendiri tidak menuturkan dengan tegas tentang praktik hukum asuransi. Tidak ada satupun disebutkan istilah asuransi, baik itu at-ta'min ataupun at-takaful. Walaupun demikian, tetapi ayat-ayat dalam Al-qur'an menjelaskan mengenai konsep dan muatan nilai-nilai dasar berasuransi seperti kerja sama, tolong-menolong, dan untuk menghilangkan kesukaran.

Diantara ayat-ayat Al-qur'an yang mengandung nilai-nilai dasar untuk praktik asuransi antara lain perintah Allah untuk saling tolong-menolong yang terdapat dalam Surah Al-Maidah (5): 2 :

.....وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ
اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ 2

Terjemahnya:

“dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.²⁵

Ayat tersebut di atas mengandung makna perintah agar saling tolong-menolong dalam perbuatan baik dan taqwa. Demikianlah kiranya gambaran asuransi secara sederhana bahwa umat manusia merupakan sebuah keluarga dan agar kehidupan bersama dapat terselenggara maka sesama umat manusia harus

²⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Diponegoro, 2018), 106.

saling tolong-menolong. Ada upaya untuk saling menanggung beban derita di antara sesama pesertanya dengan dana tabarru sebagai unsur dana kebajikan yang telah di niatkan dan diikhhlaskan untuk membantu sesama anggota lain yang terkena musibah.

2) Hadis Diyat

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ صَالِحٍ حَدَّثَنَا أَبُو وَهَبٍ حَدَّثَنَا يُونُسُ عَنْ ابْنِ شَهَابٍ عَنْ ابْنِ الْمُسَيَّبِ وَالْأَبِيِّ لَمَّةَ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ أَنَّ هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ افْتَنَّتْ امْرَأَتَانِ مِنْ هُدَيْلٍ فَرَمَتْ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى حَجْرًا فَفَتَلَتْهَا وَمَا فِيهَا طَنِهَا فَاخْتَصَمُوا إِلَى النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَضَى أَنَّ دِيَةَ نِينِهَا عُرَّةٌ عَبْدٌ أَوْ وَايِدَةٌ وَقَضَى أَنَّ دِيَةَ الْمَرْأَةِ عَلَى عَاقِلَتِهَا

Artinya:

“Telah menceritakan kepada kami Ahmad bin Shalih telah menceritakan kepada kami Ibnu Wahb telah menceritakan kepada kami Yunus dari Ibnu Syihab dari Ibnu Musayyab dan Abu Salamah bin Abdurrahman, Abu Hurairah radiallahu ‘anhu mengatakan: Berselisih dua orang wanita dari suku Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu kewanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang dikandungnya. Maka ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadukan peristiwa tersebut kepada Rasulullah SAW. Maka Rasulullah SAW. memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut

dengan uang darah (*diyat*) yang dibayarkan oleh *aqilahnya* (kerabat dari orang tua laki-laki)”. (HR. Bukhari No. 6399).²⁶

Hadis di atas menjelaskan tentang praktik *aqilah* yang menjadi tradisi dimasyarakat arab. *Aqilah* dalam hadis di atas dimaknai *asbahah* (kerabat dari orang tua laki-laki) yang mempunyai kewajiban menanggung denda (*Diyat*) jika ada salah satu anggota sukunya melakukan pembunuhan terhadap anggota suku lain. Penanggung bersama oleh *aqilah*-nya merupakan suatu kegiatan yang mempunyai unsur seperti yang berlaku pada bisnis asuransi. Kemiripan ini didasarkan atas adanya prinsip saling menanggung (*Takaful*) antar anggota suku.

5. Risiko dan Ketidakpastian

Manusia dalam menjalani kehidupannya sehari-hari selalu dihadapkan pada risiko yang mungkin terjadi. Demikian pula dalam menjalankan kegiatan usaha menghadapi berbagai risiko yang mungkin dapat mengganggu kesinambungan usahanya atau bahkan menimbulkan kerugian. Risiko dalam asuransi merupakan ketidakpastian yang tidak dapat diramalkan kejadiannya. Cantillon, 1755 dalam Dedy Takdir Syaifuddin mengakui bahwa masa depan itu penuh dengan ketidakpastian dan semua kegiatan ekonomi pada dasarnya mengandung risiko ketidakpastian dimasa depan.²⁷

Risiko dalam asuransi bisa disebabkan oleh aktivitas personal ataupun aktivitas bisnis/usaha. Risiko pribadi biasanya berupa sakit, kecelakaan, maupun risiko finansial yang disebabkan oleh meninggalnya seseorang. Sedangkan risiko

²⁶ Hadis Indonesia. *Hadis Bukhari tentang Uang Darah (Diyat)*, Kitab 67, Bab 3624, Hadis No. 6399.

²⁷ Dedy Takdir Syaifuddin, ‘*Buku 1. Manajemen Perbankan*’, (Unhalu Press: Kendari) December, 2019. 67.

usaha biasanya berupa kebangkrutan, kehilangan ataupun kerusakan yang diakibatkan oleh berbagai hal seperti kebakaran, bencana alam dan lain sebagainya. Risiko diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu:

a. Risiko Murni (*Pure Risk*)

Risiko murni adalah risiko yang apabila terjadi maka pasti menimbulkan kerugian, namun apabila tidak terjadi maka tidak akan menimbulkan kerugian maupun keuntungan. Contohnya kebakaran atas rumah ataupun pabrik, kecelakaan dalam berkendara dan lain sebagainya.

b. Risiko Spekulatif (*Speculative Risk*)

Merupakan risiko yang apabila terjadi maka mengandung dua kemungkinan yaitu mendatangkan kerugian atau keuntungan. Misalnya ketika kita berinvestasi saham di bursa efek, akan ada dua kemungkinan yang akan diperoleh dari investasi tersebut yaitu ada kemungkinan untung secara finansial dan di lain sisi ada risiko kerugian.

c. Risiko Khusus (*Particular Risk*)

Merupakan risiko yang dampak maupun penyebabnya hanya mempengaruhi lingkungan lokal/pribadi saja baik secara kuantitas maupun kualitas. Contohnya adalah pengangguran.

d. Risiko Fundamental (*Fundamental Risk*)

Risiko ini merupakan risiko yang apabila terjadi maka akan menimbulkan dampak yang sangat luas seperti bencana alam, kebijakan pemerintah dan lain sebagainya.

e. Risiko Harta (*Property Risk*)

Merupakan kerugian yang terkait dengan kepemilikan suatu benda akibat kehilangan, pencurian ataupun kerusakan.

f. Risiko Tanggung Gugat (*Liabiliti Risk*)

Merupakan risiko yang diperoleh sebagai akibat karena telah melakukan suatu hal yang menimbulkan kerugian terhadap orang lain sehingga kita harus bertanggungjawab terhadap kerugian yang disebabkan akibat ulah kita. Misalnya kita telah menabrak seseorang sampai terluka parah, maka kita harus menanggung risiko tersebut dengan memberikan biaya sepenuhnya atas kerugian yang diperoleh korban, baik itu biaya berupa pengobatan maupun biaya lainnya.

Terkait dengan berbagai risiko tersebut, tidak semua risiko dapat dialihkan kepada asuransi. Hanya risiko tertentu saja yang bisa diasuransikan dan risiko yang ditanggung asuransi merupakan risiko yang terjadi dengan ketidaksengajaan, tidak bisa diprediksi serta yang umum terjadi. Kemudian risiko tersebut dapat dinilai dengan uang atau secara finansial harus ada objek yang diasuransikan misalnya harta benda, sakit, kerugian dan lain sebagainya. Dalam menghadapi kemungkinan risiko yang akan terjadi maka diperlukan langkah-langkah untuk menghindari atau meminimalisir risiko tersebut. Dalam menangani risiko, terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan, antara lain:

1) Menghindari risiko

Menghindari risiko dapat dilakukan dengan mempertimbangkan risiko yang mungkin akan timbul sebelum kita melakukan aktivitas. Setelah mengetahui risiko

yang mungkin timbul kita bisa menentukan apakah aktivitas tersebut bisa kita lanjutkan atau kita hentikan.

2) Mengurangi risiko (*Risk reduction*)

Tindakan ini merupakan upaya untuk meminimalisir risiko yang sudah terjadi sebelumnya.

3) Menahan risiko (*Risk retention*)

Maksudnya adalah kita tidak mencoba melakukan upaya-upaya apapun terhadap risiko tersebut. Risiko tersebut dapat ditahan karena secara ekonomis biasanya melibatkan jumlah yang kecil bahkan kadang-kadang orang tidak sadar akan usaha menahan risiko ini.

4) Membagi risiko (*Risk sharing*)

Tindakan membagi risiko merupakan tindakan melibatkan orang lain untuk bersama-sama menghadapi risiko.

5) Mentransfer risiko (*Risk transferring*)

Bila kita tidak ingin menanggung risiko sendiri maka kita dapat mentransfernya ke pihak lain yang lebih mampu menghadapi risiko tersebut. Mentransfer risiko merupakan tindakan memindahkan risiko kerugian kepada pihak lain yang bersedia serta mampu memikul beban risiko.

Cara yang dilakukan asuransi syariah dalam meminimalisir risiko yang mungkin akan terjadi diantara sesama pesertanya yaitu dengan membagi risiko (*Risk sharing*), bersama-sama membantu memikul risiko dalam rangka meringankan beban diantara sesama peserta asuransi.

6. Tujuan dan Manfaat Asuransi

a. Perlindungan Diri, Harta Benda dan Perniagaan

Objek seluruh transaksi adalah untuk membuat persediaan dalam menghadapi bahaya yang akan menimpa. Bahaya kerugian inilah yang mendorong manusia berikhtiar dengan bersungguh-sungguh untuk mendapatkan cara-cara yang selamat untuk melindungi diri dan kepentingan mereka.

b. Kepentingan ekonomi dan simpanan

Asuransi telah mempermudah urusan perdagangan, industri dan badan usaha perniagaan yang lain secara besar-besaran yang tidak mungkin terjadi tanpa pertolongan asuransi. Sebagian besar daripada tabungan asuransi diinvestasikan dalam sekuritas (bon-bon/saham) negara dan dalam saham-saham industri yang secara tidak langsung memberikan pertolongan kepada negara, pengusaha lokal dan industri-industri.

Pada dasarnya asuransi memberikan manfaat bagi pihak tertanggung/peserta asuransi, antara lain:²⁸

a. Rasa aman dan perlindungan

Polis asuransi yang dimiliki oleh tertanggung akan memberikan rasa aman dari risiko atau kerugian yang mungkin timbul. Kalau kerugian benar-benar terjadi maka peserta asuransi berhak atas nilai kerugian sebesar nilai polis atau ditentukan berdasarkan perjanjian antara tertanggung dan penanggung.

b. Pendistribusian biaya dan manfaat yang lebih adil

Prinsip keadilan diperhitungkan dengan matang untuk menentukan nilai

²⁸ Nurul Ihsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Referensi, 2014), 98-99.

pertanggungan dan premi yang harus ditanggung oleh pemegang polis secara periodik dengan memperhatikan secara cermat faktor-faktor yang berpengaruh besar dalam asuransi tersebut. Untuk mendapatkan nilai pertanggungan, pihak penanggung sudah membuat kalkulasi yang tidak merugikan kedua belah pihak. Semakin besar nilai pertanggungan maka semakin besar pula premi periodik yang harus dibayar oleh tertanggung.

- c. Polis asuransi dapat dijadikan sebagai jaminan untuk memperoleh kredit
- d. Berfungsi sebagai tabungan dan sumber pendapatan
- e. Membantu meningkatkan kegiatan usaha

Investasi yang dilakukan oleh para investor dibebani dengan risiko kerugian yang bisa diakibatkan oleh berbagai macam sebab (pencurian, kebakaran, kecelakaan, dan lain-lain).

7. Jenis Bidang Usaha Asuransi Syariah

Ada tiga jenis usaha takaful atau asuransi syariah yang wujudnya sesuai dan disamakan dengan tiga jenis usaha asuransi dalam UU No. 2 Tahun 1992, yaitu Takaful Keluarga (Asuransi jiwa), Takaful Umum (Asuransi kerugian), Retakaful (reasuransi).²⁹

- a. Takaful Keluarga (Asuransi jiwa)

Asuransi jiwa sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang No. 40 Tahun 2014 adalah “usaha yang mengadakan jasa penanggulangan risiko yang memberikan pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung atau pihak lain yang berhak dalam hal tertanggung meninggal dunia atau tetap hidup, atau

²⁹ Nurul Ihsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, (Jakarta: Referensi, 2014), 135.

pembayaran lain kepada pemegang polis, tertanggung, atau pihak lain yang berhak pada periode tertentu yang diatur dalam perjanjian yang besarnya sudah ditetapkan dan didasarkan pada hasil pengelolaan dana”.³⁰

Asuransi jiwa/ Takaful keluarga adalah bentuk asuransi syariah yang utamanya memberikan layanan, perlindungan dan bantuan menyangkut asuransi jiwa dan keluarga, untuk kesejahteraan masyarakat yang tentu dilandaskan pada syariah Islam.

Pada takaful keluarga ada 3 manfaat yang diterima oleh peserta yaitu klaim takaful akan dibayarkan kepada peserta takaful apabila:

- 1) Peserta meninggal dunia dalam masa pertanggungan (sebelum jatuh tempo), dalam hal ini maka ahli warisnya akan menerima:
 - a) Pembayaran klaim sebesar jumlah angsuran yang telah disetorkan dalam rekening peserta ditambah dengan bagian keuntungan dari hasil investasi.
 - b) Sisa saldo angsuran premi yang seharusnya dilunasi dihitung dari tanggal meninggalnya sampai saat selesai masa pertanggungannya. Dana untuk maksud ini diambil dari rekening khusus/*tabarru'* para peserta yang memang disediakan untuk itu.
- 2) Peserta masih hidup sampai dengan selesainya masa pertanggungan. Dalam hal ini peserta yang bersangkutan akan menerima:
 - a) Seluruh angsuran premi yang telah disetorkan kedalam rekening peserta, ditambah dengan bagian keuntungan dari hasil investasi.

³⁰ Kemenkes RI, Perbandingan Asuransi Jiwa Unit Link Pt. Prudential Antara Konvensional dengan Syariah, 151 (2015), 2<<https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>>.

b) Kelebihan dari rekening khusus/*tabarru'* peserta apabila setelah dikurangi biaya operasional perusahaan dan pembayaran klaim masih ada kelebihan.

3) Peserta mengundurkan diri sebelum masa pertanggung jawaban selesai. Dalam hal ini peserta yang bersangkutan tetap akan menerima seluruh angsuran premi yang telah disetorkan ke dalam rekening peserta, ditambah dengan bagian dari hasil keuangan investasi.

b. Takaful Umum (Asuransi kerugian)

Takaful umum adalah bentuk asuransi syariah yang memberikan perlindungan finansial kepada peserta takaful dalam menghadapi bencana atau kecelakaan harta benda milik peserta. Fokus utamanya memberikan layanan dan bantuan menyangkut asuransi dibidang kerugian seperti perlindungan dari kebakaran, pengangkutan, niaga, dan kendaraan bermotor.

c. Retakaful (Reasuransi)

Pengertian reasuransi sebagaimana tersimpul dalam KUHD pasal 271 sesuai dengan yang dikemukakan oleh Reasuransi Robert I Mehr dan E. Cammack dalam bukunya *Principle of Insurance* adalah asuransi dari asuransi atau asuransinya asuransi. Reasuransi adalah istilah yang digunakan saat satu perusahaan asuransi melindungi dirinya terhadap risiko asuransi dengan memanfaatkan jasa dari perusahaan asuransi lain.

Tujuan reasuransi pada dasarnya adalah untuk melemparkan kembali risiko suatu perusahaan kepada perusahaan lain untuk mengurangi beban yang kemungkinan akan ditanggung. Bisa juga untuk mengurangi atau memperkecil beban risiko yang diterima perusahaan dengan mengalihkan sebagian atau seluruh risiko itu kepada perusahaan reasuransi sebagai penanggung lain. Dengan

pertanggung jawaban ulang ini maka penanggung pertama dapat mengurangi atau memperkecil risiko-risiko yang diterimanya dari sisi kerugian materil.

8. Nasabah

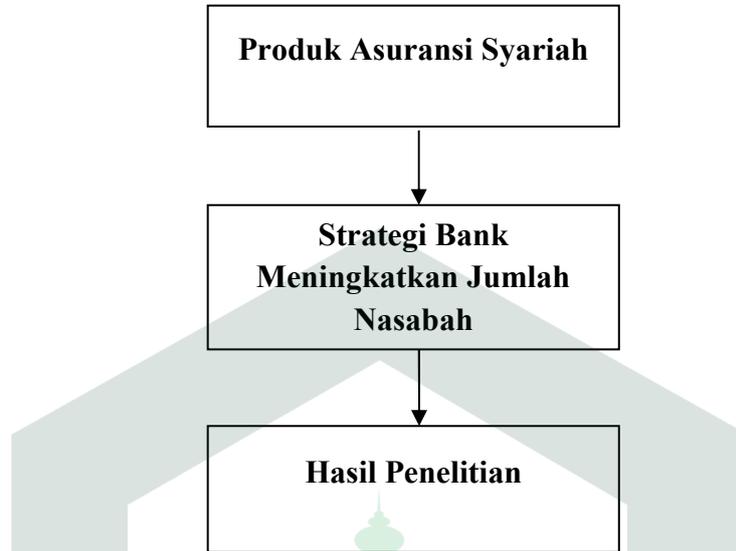
Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, dalam pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah.³¹ Dari pengertian tersebut maka nasabah dikategorikan kedalam dua jenis yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur, dimana:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian Bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah ibarat nafas yang sangat berpengaruh dalam kelanjutan suatu bank. produk yang ditawarkan perbankan pada umumnya sama tetapi perbedaannya dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan bank dalam memasarkan, mempromosikan, serta memberikan pelayanan terhadap nasabah. pelayanan sering menjadi penentu kepercayaan nasabah terhadap bank dan produknya. Oleh karena itu, bank berlomba-lomba untuk menunjukkan sikap lebih menghargai para calon nasabahnya dan mengambil hati para calon nasabahnya untuk menggunakan jasa atau membeli produk yang ditawarkan.

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 www.ojk.go.id , diakses pada 20 September 2020.

C. Kerangka pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran yang digunakan pada penelitian ini secara sistematis dan sederhana. Kerangka pikir memuat tentang apa yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu produk asuransi syariah. kemudian dari produk tersebut pihak perusahaan harus mampu memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan demikian, dari produk asuransi syariah akan diteliti terkait strategi apa saja yang dijalankan bank dalam meningkatkan jumlah nasabah . Kemudian dari strategi yang dijalankan nantinya akan terlihat apakah strateginya berjalan dengan baik. Hasil penelitian menunjukkan efektif atau tidaknya strategi tersebut dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pengertian penelitian kualitatif bisa diartikan sebagai penelitian yang memunculkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.³² Selain itu, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan telah dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Fenomena yang terjadi dalam penelitian ini yaitu terkait dengan kurangnya minat masyarakat dalam memilih jasa asuransi syariah. Sehingga tujuan penelitian melakukan penelitian ini ingin mendapatkan informasi tentang bagaimana strategi yang dijalankan bank dalam upayanya meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah. Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena ilmu yang dihasilkan bersifat objektif. Hal ini dikarenakan data yang didapatkan lebih lengkap, lebih mendalam, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat dicapai.

B. Fokus Penelitian

Dalam mempertajam penelitian, peneliti menetapkan fokus penelitian yaitu mengetahui strategi yang dijalankan bank dalam meningkatkan nasabah pada produk asuransi syariah.

³² Bagong Suyanto & Sutinah, *“Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan”*, Edisi 1 (Cet.III; Jakarta: Kencana, 2007), 166.

C. Definisi Istilah

1. Strategi

Strategi menurut Stephane K. Marrus yaitu suatu proses penentuan rencana serta penyusunan cara yang dilakukan pimpinan puncak agar dapat tercapainya tujuan perusahaan.³³ Strategi yang di maksud dalam penelitian ini yaitu proses penentuan rencana serta penyusunan cara yang dilakukan Bank Muamalat dalam upayanya memasarkan produk asuransi syariah.

2. Peningkatan Nasabah

Peningkatan menurut Adi S. yaitu suatu upaya atau proses untuk menambah atau meningkatkan kemampuan, keterampilan, minat, ataupun motivasi agar menjadi lebih baik.³⁴ Peningkatan yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu usaha untuk menambah atau meningkatkan jumlah nasabah agar membeli/menggunakan produk asuransi syariah.

3. Asuransi Syariah

Asuransi Syariah merupakan kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang diantara mereka mendapat kemudharat.

D. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana kerja yang terstruktur sedemikian rupa agar hasil penelitian dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian. Desain penelitian pada penelitian ini menggunakan studi kasus yang ditemukan dilapangan terkait dengan kehadiran asuransi syariah ditengah

³³ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001), 31.

³⁴ Adi S., *Pengertian Peningkatan Menurut Ahli*, <http://www.Duniapelajar.com/2014-08-08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli.Html> Diakses pada tanggal 12 April 2021

masyarakat. Hal ini dilihat dari kurangnya minat masyarakat dalam memilih jasa asuransi syariah sehingga dapat berdampak kepada perbankan syariah itu sendiri dikarenakan tidak mampu meningkatkan portofolio nasabahnya secara signifikan. Maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu “bagaimana strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan nasabah pada produk asuransi syariah dan bagaimana efektifitas strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah.

Dalam studi kasus ini digunakan teori strategi pemasaran sebagai acuan dalam penelitian baik dalam menentukan arah, konteks maupun posisi hasil penelitian. Sementara itu terdapat kajian penelitian terdahulu yang relevan yang dapat mendukung serta sebagai tambahan kajian. Desain penelitian studi kasus sangat sempit dan terbatas sehingga digunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan data agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang luas dan mendalam sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan peneliti. Kemudian diberi simpulan dari hasil penelitian yang telah diteliti oleh peneliti. Kesimpulan dari penelitian berisi jawaban atas rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya.

E. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga dapat menghasilkan informasi atau keterangan, baik kuantitatif maupun kualitatif yang menunjukkan fakta.³⁵ Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

³⁵ Riduan, “*Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*”, (Cet. II; Bandung: Alfabeta, 2003), 5.

1. Data Primer

Merupakan data yang didapat secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek peneliti dilakukan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung kepada informan berupa informasi terkait strategi Bank dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk asuransi syariah.

Informan dalam penelitian ini melibatkan pihak yang bertugas secara langsung dalam pemasaran produk asuransi syariah. Pihak ini dijadikan sebagai informan dikarenakan dianggap lebih paham mengenai fokus penelitian yang akan diteliti oleh peneliti sehingga dapat memudahkan dalam menjawab rumusan masalah peneliti. Adapun objek dari penelitian ini adalah “Strategi Bank Muamalat dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah”.

Tabel 3.1 Data informan Bank Muamalat KCP Palopo

NO	NAMA	JABATAN
1	Hadi Santoso	<i>Relationship Manager</i>
2	Eka Nursanti	<i>Insurance Advisor Syariah</i>
3	Marlia	<i>Customer Service</i>

Tabel 3.2 Data informan nasabah asuransi syariah

NO	NAMA	USIA
1	Achmad Safiq Rusdi	27 Tahun
2	Astri Parma Putri	22 Tahun
3	Emi	24 Tahun

2. Data Sekunder

Sumber sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber yang telah ada. Data sekunder bisa diperoleh melalui orang lain atau lewat dokumen.

Data sekunder digunakan dalam penelitian ini guna untuk memperoleh dokumen yang diyakini kebenarannya dengan mengambil sebuah gambar sebagai bukti dari sebuah kejadian sebagai laporan pertanggungjawaban yang pada umumnya berisi kejelasan seperti foto kegiatan, data jumlah nasabah serta struktur organisasi Bank.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi instrumen atau alat utama dalam mengumpulkan data adalah peneliti itu sendiri (*Human Instrument*), karena hanya peneliti yang dapat berinteraksi dengan informan atau objek lain. Selain itu, hanya peneliti yang mampu memahami hal-hal yang terjadi di lapangan seperti halnya fakta melalui indra penglihatan, indra pendengaran maupun daya berpikir lainnya.³⁶ Peneliti sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan kemudian membuat kesimpulan atas temuannya.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk memperoleh informasi (data) dari responden dengan melakukan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan guna untuk mendapatkan data dan keterangan berdasarkan pada tujuan peneliti.

³⁶ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*", (Cet. 4: Bandung: Alfabeta) 2013, 305.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi dilakukan sebagai pendukung dari data wawancara dan observasi.

H. Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data perlu dilakukan untuk melihat seberapa jauh tingkat keberhasilan hasil penelitian, memperjelas dan mengungkapkan data menggunakan fakta yang aktual dilapangan. Dalam menguji keabsahan data pada penelitian ini, maka peneliti memeriksanya dengan menggunakan langkah-langkah berikut:³⁷

1. Perpanjangan Pengamatan

perpanjangan pengamatan dilakukan untuk menguji kredibilitas data penelitian ini, apakah data tersebut setelah dicek kembali kelapangan benar atau tidak, berubah atau tidak. Berapa lama perpanjangan pengamatan ini dilakukan tergantung pada kedalaman, keluasan dan kepastian data.

2. Triangulasi

Triangulasi merupakan pengujian kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi waktu, dimana peneliti menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data kepada sumber yang berbeda dengan teknik wawancara dalam waktu atau situasi yang berbeda.

³⁷ Sugiyono, “*Memahami Penelitian Kualitatif*”, (Bandung:Alfabeta) 2014, 122-129.

Dengan cara tersebut maka peneliti dapat melihat apakah data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa sumber tersebut sama dengan fakta atau dokumen yang berkaitan.

3. Menggunakan Bahan Referensi

Bahan referensi yang dimaksud adalah bahan pendukung untuk membuktikan kredibilitas data yang telah ditemukan oleh peneliti. Data yang diperoleh dari hasil penelitian perlu didukung dengan adanya bukti nyata. Data dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan informan sehingga hasil wawancara didukung dengan adanya rekaman wawancara, foto-foto, surat keterangan hasil wawancara, serta dokumen autentik sehingga menjadi lebih dipercaya.

4. Mengadakan Member Check

Member Check merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. *member check* dilakukan setelah pengumpulan data selesai atau setelah mendapat suatu temuan atau kesimpulan. Apabila data tersebut telah disepakati oleh pemberi data maka data tersebut telah valid.

I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari. Teknik pengolahan dan analisis data yang akan digunakan yaitu:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara di lapangan kemudian dilakukan analisis data melalui reduksi data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami. Mereduksi data dalam hal ini berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mendisplay data yaitu menyajikan data kedalam pola untuk kemudian memudahkan peneliti dalam memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Langkah akhir dari pengolahan dan analisis data yaitu penarikan kesimpulan. Dimana penarikan kesimpulan adalah kegiatan memberi simpulan terhadap hasil penafsiran dan evaluasi. Kegiatan ini mencakup penarikan makna dan memberi penjelasan.³⁸

³⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*”, (Bandung; Alfabeta, 2014), 247.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

Prakarsa pendirian bank islam di Indonesia dilakukan pada tahun 1990 . MUI pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya di Cisarua, Bogor dengan tema: Masalah Bunga Bank dan Perbankan. Hasil lokakarya dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI. Berdasarkan amanat MuNas IV MUI, maka dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank tanpa bunga di Indonesia. Kelompok kerja tersebut diketuai oleh HS. Prodjokusumo yang saat itu menjabat sebagai sekjen MUI.

Kelompok kerja ini melakukan lobi melalui Prof.Dr.B.J. Habibie. Salah satu nama bank yang di usulkan oleh kelompok kerja tersebut adalah “Bank Syariat Islam” namun dengan pertimbangan perdebatan pemakaian kata syariat islam pada piagam Jakarta dimasa lalu sehingga nama tersebut tidak dipilih. Nama yang kemudian diusulkan adalah “Bank Muamalat Islam Indonesia”. Presiden Soeharto akhirnya menyetujui dengan menghilangkan kata “islam” dan dipakailah nama “Bank Muamalat Indonesia”.

Secara resmi, pada tanggal 24 Rabiul Tsani 1412 Hijriah atau tanggal 1 November 1991 berdiri dan mengawali kegiatan operasinya pada tanggal 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim serta masyarakat sepenuhnya mendukung kehadiran BMI yang dibuktikan adanya komitmen pembelian saham

perseroan pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan senilai Rp. 84 Miliar. Selanjutnya ada tambahan komitmen masyarakat Jawa Barat melalui penanaman modal senilai Rp. 106 Miliar pada momen acara silaturahmi peringatan pendiriannya di Istana Bogor.

Selang dua tahun setelah didirikannya, Bank Muamalat menyanggah predikat sebagai Bank Devisa tepatnya pada tanggal 27 Oktober 1994. Prestasi yang dicapai Bank Muamalat ini semakin memperkuat posisinya sebagai Bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan jasa dan produk beragam yang terus dikembangkan.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009 Bank mendapat izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia. Dan menjadi Bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia.³⁹

Bank Muamalat yang berada di kota Palopo merupakan bank yang masih berstatus sebagai cabang pembantu Bank Muamalat Cabang Pembantu. Jauh sebelum pendirian Bank Muamalat di kota Palopo, pihak Bank Muamalat telah melakukan pengamatan dan observasi tentang kelayakan tersebut sehingga diputuskan bahwa kota Palopo layak untuk didirikan Bank Muamalat Cabang Pembantu. Bank Muamalat KCP Palopo mulai beroperasi pada tanggal 25 Oktober 2005 dengan dana awal yang dipinjam dari Bank Muamalat Makassar.

³⁹ Bank Muamalat Indonesia www.bankmuamalat.co.id di akses pada tanggal 23 September 2020

Bank Muamalat menjalankan fungsinya sebagai bank dengan sistem pelayanan berbasis syariah. Kehadiran Bank Muamalat KCP Palopo merupakan salah satu solusi untuk menambah nasabah dan kepercayaan terhadap kegiatan perbankan syariah khususnya di Palopo dengan tujuan utama yaitu sebagai lembaga dakwah dan sebagai lembaga penghimpun dana sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat kota Palopo.

Bank Muamalat dalam pengoperasiannya tidak hanya menerima nasabah kaum muslim saja, akan tetapi juga dari pihak non muslim untuk menjadi nasabah. Setiap masyarakat dari berbagai agama dapat menggunakan atau memilih Bank Muamalat sebagai pilihan untuk menabung maupun berinvestasi. Karena islam merupakan agama sebagai *Rahmatan lil'alaim* yaitu membawa rahmat bagi seluruh alam.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi Bank Muamalat

Visi Bank Muamalat yaitu “Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional”.

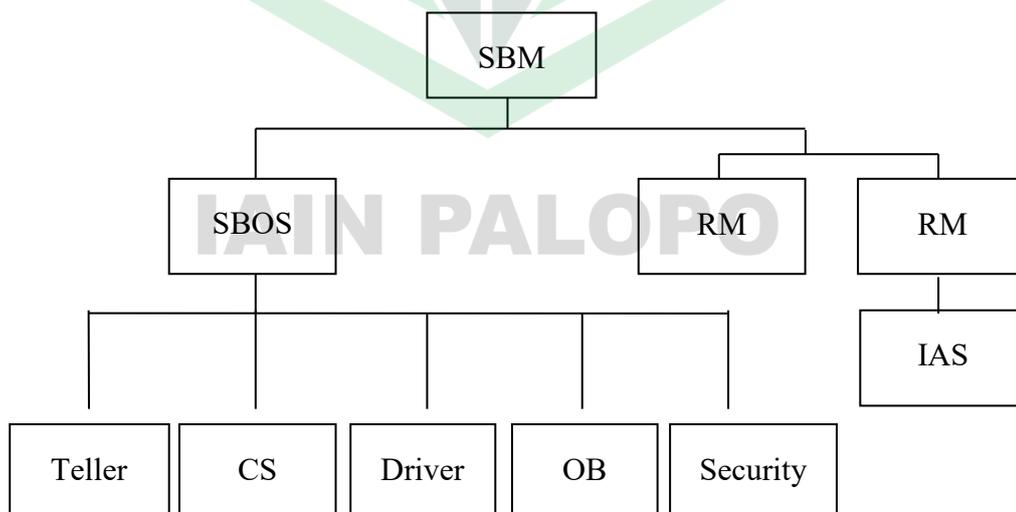
b. Misi Bank Muamalat

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

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Palopo

Untuk memperlancar tugas Bank Muamalat KCP Palopo maka diperlukan struktur organisasi yang mendeskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh setiap pegawai Bank Muamalat. Berikut adalah gambaran struktur organisasi.

- a. *Sub Branch Manager (SBM)* = M. Kemal Mufty Faried
- b. *Sub Branch Operation Supervisor (SBOS)* = Andi Miftahul Khaer Idris
- c. *Relationship Manager Funding (RM)* = Mifta Farid M.
- d. *Relationship Manager Financing (RM)* = Hadi Santoso
- e. *Insurance Advisor Syariah (IAS)* = Eka Nursanti
- f. *Teller* = Eko Wahyudhi
- g. *Customer Service (CS)* = Marlia
- h. *Driver* = Ruslan
- i. *Office Boy (OB)* = Zulkhifly
- j. *Security* = Nurdin



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Palopo
Sumber : Bank Muamalat KCP Palopo

Adapun tugas dan kewajiban setiap struktur organisasi yaitu:

- 1) *Sub Branch Manager* (SBM) sebagai pemimpin kantor cabang pembantu merupakan penanggungjawab semua kegiatan keuangan dan perbankan pada kantornya. Bertugas melakukan perekrutan staf, pelatihan, dan pengawasan. Memonitor dan mensupervisi pencapaian financing dan funding masing-masing RM sehingga mencapai target.
- 2) *Sub Branch Operation Supervisor* (SBOS) bertugas mengawasi kegiatan operasional pada kantor cabang seperti mengawasi karyawannya dalam melayani nasabah.
- 3) *Relationship Manager* (RM) mempunyai tanggung jawab kerja adalah membuat rencana kerja, bertugas mencari nasabah yang layak sesuai kriteria peraturan bank, menilai, mengevaluasi, mengusulkan besarnya kredit yang diberikan serta membina hubungan dan komunikasi dengan nasabah pembiayaan.
- 4) *Insurance Advisor Syariah* (IAS) bertugas membangun hubungan baik dengan nasabah dan bank partner, melakukan penjualan produk. IAS juga bertanggungjawab terhadap business process mulai dari pengisian dokumen sampai dengan daftar sales servicenya seperti mengantar polis, menjelaskan ulang isi polis, serta membantu nasabah jika ingin melakukan perubahan. Singkatnya adalah IAS menggunakan pengetahuan mereka tentang produk dan jasa untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi target perusahaan.
- 5) *Teller* merupakan petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhubungan dengan nasabah, melayani nasabah yang ingin melakukan setor/tarik tunai

dan juga bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas disebuah sistem dengan kas yang diterimanya.

- 6) *Customer Service* (CS) bertugas melayani nasabah dalam kaitannya dengan service layanan atau produk seperti pembukaan tabungan, perpindahan buku tabungan serta semua bentuk komplain dari nasabah.

4. Produk-produk Asuransi Syariah

Produk asuransi syariah yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Palopo ialah sebagai berikut:

- a. Asuransi Salam Hijrah Investa

Asuransi Salam Hijrah Investa merupakan asuransi syariah yang menggabungkan perlindungan asuransi jiwa dengan investasi dengan masa perlindungan selama 10 tahun. Disertai dengan penyaluran waqaf peserta kepada badan waqaf terpercaya dengan tujuan berbagi harta untuk membantu sesama dan mendapat kebaikan yang sifatnya kekal abadi meski telah tutup usia.

- b. Asuransi Hijrah Safa Proteksi

Asuransi Hijrah Safa Proteksi merupakan produk asuransi jiwa dwiguna syariah dengan masa perlindungan selama 5 tahun yang memberikan perlindungan jiwa apabila peserta meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan. Dan manfaat perlindungan ketika peserta di diagnosa menderita penyakit kritis. Pada akhir masa periode dan telah jatuh tempo maka akan diberikan nilai dana yang di ambil dari dana investasi peserta jika selama masa periode perlindungan tidak ada klaim yang dibayarkan. Namun jika dalam masa periode terjadi klaim,

akan dibayarkan manfaat asuransi yang ditetapkan sesuai dengan yang tercantum di kontrak polis.

5. Strategi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Satu hal yang mendasar dan sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk mempertahankan volume pertumbuhan nasabah . Penyusunan strategi merupakan salah satu elemen penting yang perlu dibuat untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah. Untuk itu dalam menyusun rencana pemasaran, bank muamalat menempatkan calon nasabah pada urutan pertama guna memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada calon nasabah.

Strategi pemasaran yang baik dan tepat tentunya akan mempengaruhi nasabah atau calon nasabah untuk berpotensi menabung atau memberikan kepercayaan kepada bank untuk mengelola/menginvestasikan dana yang dimilikinya.

a. Produk (*Product*)

Untuk merebut hati calon nasabah, maka bank harus berusaha keras karena pada dasarnya nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian sehingga berminat untuk membeli dan menggunakan produk bank. Oleh karena itu, dalam pemasarannya Bank Muamalat memperkenalkan produk asuransi berbeda, yaitu asuransi berbasis syariah yang memberikan solusi kemudahan berasuransi dengan manfaat beragam dan lengkap.

Produk asuransi yang ditawarkan bank seperti yang dikemukakan oleh Ibu Eka Nursanti:

“kalau di asuransi syariah produknya namanya Asuransi Salam Hijrah Investa dan Hijrah Safa Proteksi. Tapi khusus untuk saya sendiri itu khusus

di produk Asuransi Salam Hijrah Investa. Nah, yang membedakan asuransi salam hijrah ini dengan asuransi lain adalah dia ada nilai wakafnya, karna kita kan basic dasarnya syariah. Jadi setiap nasabah yang bayar premi, setiap tahun premi yang dibayarkan nasabah diwakafkan sebesar 10%, jadi secara tidak langsung nasabah menyumbang setiap tahunnya dan diserahkan ke BaitulMaal Muamalat untuk kemudian dikelola.”⁴⁰

Kemudian dari hasil wawancara dengan Ibu Marlia, beliau menjelaskan terkait dengan produk asuransi syariah :

“Hijrah Safa Proteksi ini merupakan produk asuransi jiwa berjangka lima tahun yang memberikan manfaat pengembalian dana pada akhir masa perlindungan jika tidak ada klaim yang dibayarkan.”⁴¹

Secara garis besar produk asuransi syariah Bank Muamalat ada dua yaitu:

- 1) Asuransi Salam Hijrah Investa
- 2) Asuransi Hijrah Safa Proteksi

b. Harga (*Prace*)

Penetapan harga sangat signifikan dalam memberikan nilai kepada konsumen dan mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu besaran biaya premi. Besaran premi dinilai berdasarkan usia dan besarnya uang pertanggungan. Semakin tinggi usia seseorang maka tingkat risikonya juga semakin besar sehingga nilai biaya premi yang harus dibayar juga semakin besar. Seperti yang dikemukakan oleh Ibu Eka Nursanti:

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Eka Nursanti selaku *Insurance advisor Syariah* pada Tanggal 28 Agustus 2020.

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Marlia selaku *Customer Service* pada Tanggal 2 September 2020.

“Minimal premi itu Rp.850.000 per bulan, kalo maksimalnya tdk ada batasan. Jadi seumpamanya ada yang minta uang pertanggungan 500 juta tapi usianya juga lebih tua, berarti preminya juga lebih mahal”.⁴²

Kemudian dari hasil wawancara dengan Ibu Marlia terkait dengan besaran premi produk asuransi Hijrah Safa Proteksi, beliau mengatakan bahwa:

“besaran premi yang dapat disetorkan nasabah itu minimal Rp. 100.000 per bulannya”⁴³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut disimpulkan bahwa besaran premi untuk kedua produk asuransi syariah berbeda. Kemudian keunggulan dari salah satu produk tersebut antara lain lantaran kontribusi terendah yang dapat disetor nasabah adalah sebesar Rp. 100.000 per bulan.

c. Tempat (*Place*)

Bicara tentang tempat berarti pembahasannya terkait lokasi dimana Bank Muamalat beroperasi sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Penentuan tempat atau lokasi bank adalah pertimbangan, yaitu apakah bank tersebut dekat dengan kawasan industri atau pabrik, dekat dengan lokasi perkantoran, dekat dengan lokasi pasar, dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat sehingga nasabah tidak perlu lagi mendatangi kantor-kantor cabang dari suatu bank yang dipilihnya. seperti yang dikemukakan oleh Bapak Hadi Santoso bahwa:

“Lokasi bank cukup strategis untuk dijangkau oleh calon nasabah karena terletak di Jln. Jendral Sudirman yaitu jalan poros Makassar-Palopo yang notabene dekat dengan keramaian, pusat perbelanjaan, perkantoran sehingga masyarakat pada umumnya mudah menemukan lokasi bank. Dan Bank

⁴² Wawancara dengan Ibu Eka Nursanti selaku *Insurance Advisor Syariah* pada Tanggal 28 Agustus 2020

⁴³ Wawancara dengan Ibu Marlia selaku *Customer Service* pada Tanggal 02 September 2020.

Muamalat KCP Palopo sejak berdirinya pada tahun 2005 lokasinya tidak pernah berubah”.⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Hadi Santoso selaku *Relationship Manager* dapat disimpulkan bahwa pemilihan lokasi yang tepat dan mudah dijangkau akan berdampak pada penjualan sehingga semakin strategis lokasi maka diharapkan semakin tinggi pula peningkatan jumlah nasabah suatu bank.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu variabel terpenting yang ada dalam bauran pemasaran. Promosi mencerminkan kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen agar mereka mau membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Suatu produk bermanfaat akan tetapi tidak dikenal oleh masyarakat, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya. Oleh karenanya, promosi menjadi hal yang sangat penting seperti yang dikemukakan oleh Ibu Eka Nursanti bahwa:

“Kita mempromosikan produk asuransi syariah ini selain dengan iklan fisik/ pembagian brosur, kita juga memperkenalkan produk-produk terbaru dengan cara memposting ke social media seperti FB, WhatsApp, dan Instagram. Selain itu kita juga melakukan *Join Visit* (kunjungan ke nasabah) yang memiliki kebutuhan asuransi. Jadi setiap hari kita diberi list nasabah mana saja yang akan dikunjungi. Nah untuk promosi awal nasabah biasanya belum tertarik, jadi kita selalu lakukan follow up untuk meyakinkan calon nasabah terkait dengan produk yang ditawarkan”⁴⁵

⁴⁴ Wawancara dengan Bapak Hadi Santoso selaku *Relationship Manager* pada Tanggal 26 Agustus 2020.

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Eka Nursanti selaku *Insurance Advisor Syariah* pada Tanggal 28 Agustus 2020.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Marlia selaku *Customer Service*, beliau mengatakan bahwa:

“Ketika ada nasabah yang datang untuk membuka tabungan, khususnya yang buka tabungan haji, saya menawarkan produk asuransi Hijrah Safa Proteksi ini. Kan haji sekarang daftar tunggunya itu 21 tahun, sedangkan masa pembayaran asuransi ini hanya 5 tahun. Nah sambil menunggu itu kita tawarkan asuransi syariah, itu namanya *Cross Selling*. Nantinya asuransinya bisa digunakan pada saat pelunasan haji”.⁴⁶

Sedangkan dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Hadi Santoso, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk promosi, selain mengadakan iklan fisik berupa brosur, kita lakukan juga dengan cara *Face to face* kepada calon nasabah. Biasanya dengan hanya membaca brosur calon nasabah belum terlalu paham dengan apa yang dimaksudkan dibrosur. Maka dari itu kita tunjang juga dengan *face to face* ini agar nasabah paham terkait produk asuransi syariah yang bank tawarkan”.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang tersebut, dapat disimpulkan bahwa ada banyak alternatif yang digunakan bank dalam upaya mempromosikan produk asuransi syariah kepada masyarakat guna untuk membujuk sekaligus meyakinkan masyarakat tentang produk asuransi syariah.

Terkait strategi yang dilakukan Bank Muamalat dalam upayanya meningkatkan jumlah nasabah, peneliti kemudian melakukan wawancara dengan beberapa nasabah produk asuransi syariah tentang bagaimana para nasabah tersebut mengetahui adanya produk asuransi syariah di Bank Muamalat KCP

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Marlia selaku *Customer Service* pada Tanggal 02 September 2020.

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Hadi Santoso selaku *Relationship Manager* pada Tanggal 26 Agustus 2020.

Palopo. Berdasarkan hasil wawancara dengan Achmad Safiq Rusdi selaku nasabah asuransi syariah, mengatakan bahwa:

"waktu itu kebetulan saya melakukan pembukaan tabungan haji, kemudian oleh *Customer Service* saya diberitahu tentang produk asuransi syariah dan diperlihatkan brosurnya juga"⁴⁸

kemudian berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Astri Parma Putri yang juga merupakan nasabah asuransi syariah, ia mengatakan bahwa:

"saya mengetahui adanya produk asuransi syariah di Bank Muamalat dari akun Instagram Bank Muamalat, kemudian saat melakukan pembukaan tabungan IB Hijrah saya juga ditawari produk asuransi syariah ini"⁴⁹

Sedangkan dalam wawancara yang dilakukan peneliti dengan Emi selaku nasabah asuransi syariah, ia menyatakan bahwa:

"saya mengetahui adanya produk asuransi syariah dari brosur yang dibagikan oleh marketing yang kebetulan pada saat itu juga sedang melakukan kunjungan ke wahdah"⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa nasabah asuransi syariah, mereka mengetahui adanya produk asuransi dari berbagai sumber. Selain melalui face to face antara nasabah dan pihak bank, mereka juga mengetahui adanya produk asuransi syariah dari media sosial seperti instagram dan juga melalui iklan fisik berupa brosur. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan informan dari pihak Bank Muamalat terkait strategi promosi yang dijalankan dalam upayanya meningkatkan jumlah nasabah.

⁴⁸ Wawancara dengan Achmad Safiq Rusdi selaku nasabah produk asuransi syariah pada Tanggal 20 Desember 2020.

⁴⁹ Wawancara dengan Astri Parma Putri selaku nasabah produk asuransi syariah pada Tanggal 16 Desember 2020.

⁵⁰ Wawancara dengan Emi selaku nasabah produk asuransi syariah pada Tanggal 23 Desember 2020.

Meskipun demikian, setelah melakukan wawancara dengan para nasabah asuransi syariah terkait apakah pada saat melakukan pembukaan asuransi syariah pihak bank sudah menjelaskan terkait akad, klaim, serta prosedur lainnya dalam berasuransi. Achmad Safiq Rusdi selaku nasabah asuransi syariah mengatakan bahwa:

“Pada awal saya ditawarkan produk asuransi syariah dijelaskan bahwa asuransi hijrah safe proteksi ini premi perbulan yang harus saya bayar yaitu Rp. 100.000,- terus kontribusinya itu selama 5 tahun. Nah, saya kan nasabah haji. Jadi kalau saya ikut asuransi ini, pihak Bank mengcover jiwa saya selama 5 tahun. Tidak diminta-minta besok tiba-tiba saya sakit atau kecelakaan saya bisa klaim asuransinya. Jadi saya pikir bolehlah saya ikut, apalagi kan daftar tunggu haji itu 2 tahun. Katanya kalau sampai akhir periode tidak ada pengajuan klaim, manfaat asuransinya bisa saya gunakan untuk pelunasan porsi haji saya”.⁵¹

Kemudian dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Astri Parma Putri selaku nasabah asuransi syariah, mengatakan bahwa:

“Di awal kontrak hanya mengenai poin-poinnya saja. Mengenai manfaat asuransinya, manfaat klaim. Premi yang saya bayar setiap bulan itu Rp. 100.000,-. Kalau sampai akhir masa perjanjian saya tidak mengajukan klaim, saya akan dapat manfaat asuransi Rp. 50.000.000,-. Kemudian saya diberitahu kalau nilai pengajuan klaimnya itu berbeda, tergantung klaimnya apa. Klaim kecelakaan kah atau meninggal dunia.”⁵²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan nasabah asuransi syariah dapat disimpulkan bahwa pihak Bank Muamalat ternyata masih kurang dalam memberikan penjelasan yang lebih rinci dan detail terkait produk asuransi syariah sehingga nasabah tidak begitu memahami lebih jauh mengenai mekanisme asuransi syariah yang sebenarnya. Nasabah hanya mengetahui poin-

⁵¹ Wawancara dengan Achmad Safiq Rusdi selaku nasabah produk asuransi syariah pada Tanggal 20 Desember 2020.

⁵² Wawancara dengan Astri Parma Putri selaku nasabah produk asuransi syariah pada tanggal 16 Desember 2020.

poin besar saja dari asuransi syariah seperti pada manfaat asuransi yang bisa mereka dapatkan serta apa saja yang di cover oleh produk asuransi syariah.

B. Pembahasan

Bank Muamalat merupakan salah satu Instansi keuangan berlandaskan prinsip islam yang dalam pengoperasiannya menawarkan berbagai jenis produk. Salah satu produk yang ditawarkan yaitu asuransi syariah. Produk yang ditawarkan oleh setiap perusahaan tentunya memiliki keunggulan dan keistimewaan. Dan disetiap produknya berbeda-beda dari segi manfaat dan keistimewaannya sehingga diharapkan produk yang ditawarkan dapat menarik minat nasabah.

Bank Muamalat dalam menawarkan produk asuransi syariah terdapat 2 jenis produk, yaitu

1. Asuransi Salam Hijrah Investa

Salam Hijrah Investa merupakan asuransi syariah yang menggabungkan perlindungan asuransi jiwa dengan investasi. Produk asuransi ini mengcover terkait jiwa, kesehatan, dan juga investasi. Manfaat yang akan diperoleh ketika menjadi nasabah asuransi Salam Hijrah investa yaitu:

- a. Manfaat pada akhir masa kepesertaan.
- b. Manfaat apabila peserta meninggal dunia dalam masa asuransi.
- c. Manfaat apabila peserta mengalami sakit sehingga harus dirawat di rumah sakit (santunan harian rawat inap).
- d. Manfaat nilai investasi.

Keistimewaan produk asuransi Salam Hijrah Investa yaitu:

- a. Premi yang dibayarkan peserta setiap tahunnya akan di waqafkan sebesar 10% dan diserahkan ke Baitulmal Muamalat untuk kemudian dikelola kedalam hal-hal kebajikan seperti pemberian sumbangan ketika ada musibah banjir ataupun bencana alam lainnya.
- b. Dana yang terhimpun akan di investasikan ke instrumen investasi yang sesuai dengan syariah.

2. Hijrah Safa Proteksi

Manfaat yang diperoleh ketika menjadi nasabah asuransi ini yaitu:

- a. Perlindungan jiwa baik akibat sakit maupun kecelakaan.
- b. Asumasi nilai pengembalian yang kompetitif.
- c. Sebagai alternatif pilihan investasi jangka menengah.
- d. Perlindungan menderita penyakit kritis.

Keistimewaan dari produk asuransi ini yaitu:

- a. Nilai kontribusi yang terjangkau.
- b. Perlindungan jiwa yang lengkap dan perlindungan penyakit kritis 10% dari santunan risiko seperti stroke, kanker, gagal ginjal, kegagalan fungsi hati, operasi jantung dan koroner.
- c. Bebas biaya pembatalan polis. Apabila pada masa berlakunya kontrak asuransi syariah dan tiba-tiba peserta dengan alasan tertentu ingin membatalkan kontrak/perjanjian asuransinya. Maka untuk pembatalan perjanjiannya tidak dikenakan biaya apapun seperti yang banyak dikenakan pada asuransi konvensional yang lainnya.

d. Sesuai syariah.

Asuransi syariah merupakan asuransi yang dalam pelaksanaannya merujuk kepada syariat islam yang transparan dan jelas dengan tidak mengandung unsur riba.

Penentuan harga premi asuransi syariah menyesuaikan kebijakan yang dikeluarkan oleh pusat. Premi minimum kedua jenis asuransi berbeda dan tentunya segmen pasarnya juga berbeda. Kontribusi premi produk Asuransi Salam Investa lebih mahal yaitu sebesar Rp. 850.000,- dibanding produk Asuransi Hijrah Safa Proteksi yang memberikan kontribusi premi terendah yaitu minimal Rp. 100.000,-. Bank Muamalat biasanya menawarkan produk asuransi Salam Hijrah Investa hanya kepada nasabah prioritas yang memiliki dana besar. Sedangkan produk asuransi Hijrah Safa Proteksi biasanya ditawarkan kepada nasabah tabungan reguler ataupun nasabah haji.

Bank Muamalat dalam menghadapi era globalisasi tidak hanya mengandalkan kualitas produk yang baik tetapi juga memaksimalkan penerapan strategi dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah guna untuk meningkatkan perkembangan perusahaan. Dalam meningkatkan jumlah nasabah produk asuransi syariah bank berupaya untuk selalu berkomunikasi kepada nasabah dengan cara memperkuat hubungan dan relasi dengan nasabah. Langkah pertama yang dilakukan Bank Muamalat adalah dengan menentukan segmentasi pasar, segmentasi pasar berfokus pada nasabah yang memiliki dana besar ataupun dana menganggur/mengendap ditabungan. Jadi, setiap harinya *Sub Branch Manager*

(SBM) akan memberikan list-list nasabah mana saja yang akan dikunjungi untuk ditawarkan produk asuransi syariah.

Usaha yang dilakukan pihak Bank Muamalat dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah tidak hanya sekedar melakukan kunjungan secara langsung tetapi juga melakukan pendekatan dengan mengambil hati nasabah. Dalam pendekatannya dengan nasabah pihak bank biasanya melakukan kunjungan kepada nasabah prioritas khususnya. Untuk nasabah prioritas biasanya terdapat anggaran (*Saving*) dari kantor yang kemudian digunakan untuk mengadakan kunjungan kepada nasabah yang sedang berulang tahun dengan membawakan gift berupa kue dan sebagainya.

Sangat penting bank untuk mengetahui kebutuhan dari calon nasabah sehingga bank dapat menawarkan solusi atas apa yang sedang dibutuhkan. Nasabah Bank Muamalat sebagian besar merupakan nasabah yang berprofesi sebagai pengusaha, pegawai dan pelaut. Setiap pekerja tentunya selalu dihadapkan dengan berbagai risiko, baik itu risiko yang terjadi pada diri kita sendiri maupun pada aset-aset yang dimiliki yang dapat terjadi kapan saja yang akan mengakibatkan kerugian. Risiko yang dihadapi tersebut seringkali menimbulkan dampak finansial atau keuangan dan biaya yang timbul dari risiko tersebut seringkali jauh lebih besar daripada dana darurat yang telah disiapkan. Bank melihat bahwa nasabah tersebut memiliki kebutuhan akan jasa asuransi syariah. Keadaan tersebut dilihat sebagai suatu peluang yang bagus untuk memberikan penawaran produk asuransi syariah kepada nasabah.

Menawarkan produk asuransi syariah kepada nasabah juga dilakukan langsung oleh Customer Service, contohnya ketika ada nasabah yang ingin membuka tabungan. Setelah melayani pembukaan tabungan nasabah, Customer Service akan menawarkan produk asuransi syariah. Proses penawaran/penjualan produk atau layanan yang berbeda dalam satu waktu ini biasa disebut dengan *Cross Selling*. Tujuan dari *Cross Selling* adalah untuk mendorong pelanggan membeli produk pelengkap lain. Selain itu, upaya yang dilakukan diharapkan dapat menambah jumlah nasabah produk asuransi syariah.

Selain dari strategi diatas bank juga memperkenalkan produk melalui pemberian informasi yang update terkait produk dan layanan yang baru melalui pemasangan iklan di media elektronik seperti Facebook, Instagram dan WhatsApp.

Penerapan strategi yang dijalankan dalam upaya menggaet calon nasabah agar memilih produk asuransi syariah mestinya tidak hanya bertumpu pada promosi semata dengan menawarkan produk asuransi syariah , memperkenalkan produk asuransi syariah hanya sebatas melalui pembagian brosur, memposting produk melalui berbagai media sosial dengan tujuan agar calon nasabah memahami secara mendalam produk yang ditawarkan sehingga calon nasabah memiliki ketertarikan memilih produk asuransi syariah. Karena sejatinya suatu produk yang diperkenalkan tidak akan dilirik ataupun diminati apabila penjelasan yang diberikan tidak dapat dipahami lebih jauh.

Maka peran marketing sangatlah penting bagi bank karena marketing merupakan ujung tombak pendapatan dari setiap perusahaan. Pada Bank

Muamalat pemasaran dilakukan oleh *Relationship Manager*. Pada penerapan strategi pemasaran produk asuransi syariah, *Relationship Manager* selalu berdampingan dengan *Insurance Advisor Syariah*. Selain memasarkan produk tabungan reguler ataupun tabungan haji *Relationship Manager* juga diberikan target untuk produk asuransi syariah. Olehnya itu, setiap bulan *Relationship Manager* harus memberikan list ke *Insurance Advisor Syariah* terkait calon nasabah produk asuransi syariah. Kemudian untuk lebih lanjut *Insurance Advisor Syariah* yang kemudian akan memberikan penjelasan terkait produk asuransi syariah kepada calon nasabah.

1. Efektifitas Strategi Bank dalam Peningkatan Nasabah Asuransi Syariah

Ekosusilo dan Kasihadi dalam Candra Wijaya dan Muh. Rifa'i mendefinisikan efektifitas sebagai suatu keadaan yang menunjukkan sejauhmana apa yang telah direncanakan dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang tercapai maka semakin efektif pula kegiatan tersebut.⁵³

Soewarno Handayaningrat dalam skripsi Juniarti mengemukakan bahwa efektifitas adalah bila sasaran/tujuan telah tercapai sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika sasaran itu tidak sesuai dengan waktu yang telah ditentukan maka pekerjaan itu dikatakan tidak efektif.⁵⁴

Dari beberapa pengertian efektifitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa efektifitas merupakan suatu tingkat keberhasilan dalam memperoleh tujuan

⁵³ Candra Wijaya dan Muh. Rifa'i, *Dasar-dasar Manajemen (Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien)*, (Medan: Perdana Publishing, 2016), 177.

⁵⁴ Juniarti, *Efektifitas dan Efisiensi Pemasaran Meubel CV. Pasaman Rantau Jaya Industri Dumai menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Strata 1, (Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim, 2011), <http://repository.uin-suska.ac.id/1973/1/2011-2011117.pdf>. 25.

ataupun sasaran serta dijadikan sebagai bahan dasar atau alat ukur berhasil atau tidaknya bank dalam memperoleh tujuan yang di inginkan.

Menurut Uris, ia menyatakan bahwa efektifitas dapat dinilai dengan melihat hal-hal sebagai berikut:⁵⁵

- a. Tercapainya sasaran, target, tujuan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.
- b. Sasaran/target/tujuan yang direncanakan.
- c. Sasaran/target/tujuan yang dicapai dalam pelaksanaan kegiatan.

Penerapan strategi yang telah dilakukan oleh Bank Muamalat dalam upaya meningkatkan nasabah asuransi syariah dapat di nilai tingkat efektifnya dengan melihat capaian target yang ditetapkan perbulan. Ketika bank telah berhasil mencapai target penjualan berarti bank tersebut bisa dikatakan sukses. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Bapak Hadi Santoso, beliau mengatakan bahwa:

“target nasabah yang harus diperoleh setiap bulannya yaitu sebanyak 5 nasabah”.⁵⁶

Setiap perusahaan tidak selalu menembus target penjualan yang diharapkan oleh perusahaan. Terkadang ada suatu masa dimana perusahaan tidak mampu mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Eka Nursanti bahwa:

“untuk target itu, saya ditarget perbulan 5 nasabah, akan tetapi kalau dalam 1 bulan saya tidak bisa mencapai target. Semisal dalam 1 bulan saya hanya *closing* 1 nasabah, setidaknya preminya tinggi. Jadi walaupun Cuma satu nasabah tapi nilai preminya 100 juta, itu sudah mencapai target 6 bulan.

⁵⁵ The Liang Gie “*Analisis dan Administrasi Manajemen*”, (Jakarta: Gramedia, 2002), 16.

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Hadi Santoso selaku *Relationship Manager* pada Tanggal 26 Agustus 2020.

Tapi dalam beberapa bulan ini Alhamdulillah kita selalu mencapai target yang diberikan”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat tidak selalu berhasil mencapai target yang diberikan dalam upaya mendapatkan nasabah asuransi syariah. Adakalanya bank hanya memperoleh 1 ataupun 2 nasabah dalam satu bulan. Dan untuk menutupi tidak tercapainya target tersebut maka dapat ditutupi dengan nilai premi yang disetorkan oleh nasabah. ketika nilai preminya lebih tinggi dari biasanya maka diharapkan akan dapat menutupi tidak tercapainya target tersebut.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dan dokumentasi, dapat terlihat berapa besar persentase peningkatan nasabah setiap tahunnya. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Eka Nursanti, ia menyatakan bahwa:

“Untuk persentase kenaikan nasabah khusus pada produk asuransi syariah, pertahunnya itu hanya sebesar 40%”⁵⁸

Berikut data jumlah peningkatan nasabah asuransi syariah:

Tabel 4.1 Data Peningkatan Nasabah Asuransi Syariah

NO	Tahun	Jumlah Peningkatan Nasabah	Persentase (%)
1	2017	11	40%
2	2018	27	40%
3	2019	67	40%

Sumber : Bank Muamalat KCP Palopo

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Eka Nursanti selaku *Insurance Advisor Syariah* pada Tanggal 28 Agustus 2020

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Eka Nursanti selaku *Insurance Advisor Syariah* pada Tanggal 28 Agustus 2020.

Pada tahun 2017 secara keseluruhan tercatat nasabah produk asuransi syariah hanya berjumlah 11 orang. Pada tahun 2018 nasabah produk asuransi syariah mengalami kenaikan dengan persentase kenaikan yaitu 40%, sehingga jumlah nasabahnya mencapai 27 nasabah. kemudian pada tahun 2019 nasabah asuransi kembali mengalami kenaikan yaitu sebanyak 67 nasabah dengan persentase kenaikan sebesar 40%. Nasabah produk asuransi setiap tahunnya mengalami peningkatan namun meskipun demikian persentase peningkatan tersebut masih sangat kecil. Hal tersebut juga telah diterangkan oleh Bapak Hadi Santoso, beliau mengatakan:

“Kenaikannya mencapai 40% pertahunnya, akan tetapi persentase kenaikan nasabah produk asuransi syariah tersebut dapat dikatakan masih sangat kecil”.⁵⁹

Dari pemaparan tersebut dapat dilihat bahwa hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Eka Nursanti sejalan dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Hadi Santoso terkait persentase peningkatan jumlah nasabah produk asuransi syariah setiap tahunnya serta dibuktikan dengan dokumen terkait. Kemudian Bapak Hadi Santoso lebih lanjut mengatakan bahwa minimnya persentasi kenaikan jumlah nasabah ini disebabkan karena adanya kondisi seperti saat sekarang ini dimana terdapat kasus disalah satu perusahaan asuransi konvensional yang menyebabkan masyarakat pada umumnya merasa enggan serta takut untuk menggunakan produk asuransi syariah.

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Hadi Santoso selaku *Relationship Manager* pada Tanggal 26 Agustus 2020.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data dan pembahasan di atas, maka diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Strategi yang diterapkan oleh Bank Muamalat KCP Palopo dalam meningkatkan nasabah pada produk asuransi syariah yaitu merencanakan pasar yang akan dituju oleh *Relationship Manager/Insurance Advisor Syariah* untuk kemudian dilakukan kunjungan secara langsung (*Join Visit*) ke nasabah. Misalnya nasabah yang memiliki dana besar dan dana menganggur/mengendap ditabungan. Mempromosikan produk asuransi syariah melalui media elektronik seperti Facebook, WhatsApp, Instagram. Dan melalui iklan fisik berupa brosur agar masyarakat mengetahui adanya produk asuransi syariah pada Bank Muamalat KCP Palopo. Melakukan penjualan melalui metode *Cross Selling*, yaitu penawaran produk yang berbeda kepada nasabah untuk membeli produk pelengkap lain. Misalnya memberikan penawaran produk asuransi syariah kepada nasabah yang telah melakukan transaksi pembukaan tabungan haji.
2. Efektifitas strategi yang dijalankan bank dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah produk asuransi syariah belum begitu efektif karena dari segi target bank terkadang masih belum dapat mencapai target yang diberikan. kemudian dari hitungan persentase tahunan, meskipun mengalami

peningkatan sebesar 40% akan tetapi jumlah peningkatan nasabah asuransi syariah tersebut masih sangat kecil.

B. Saran

1. Agar persentase nasabah mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun maka Bank Muamalat harus lebih gencar lagi dalam menjalankan strateginya. Kemudian dalam upaya mendapatkan kepercayaan yang penuh dari masyarakat akan asuransi syariah maka Bank Muamalat harus memberikan penjelasan secara lebih terperinci dan detail terkait produk asuransi syariah agar dapat lebih dipahami oleh masyarakat, bukan hanya dari segi manfaat dan kegunaannya saja tetapi juga dari segi akad ataupun prosedur lain terkait pengajuan klaim dan lain sebagainya.
2. Karena penelitian ini hanya berfokus pada strategi bank dalam meningkatkan nasabah produk asuransi syariah saja sehingga penelitian ini mungkin menunjukkan hasil dalam ruang lingkup yang sempit. Maka peneliti menyarankan pada peneliti selanjutnya agar mengkaji mengenai pengelolaan dan pemisahan antara dana tabarru dan dana investasi pada produk asuransi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziza, Adinda Mantovani. *Analisis Strategi Pemasaran Produk BLIFE Investlink Syariah di PT BNI Life Insurance Divisi Syariah*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Bank Muamalat Indonesia www.bankmuamalat.co.id di akses pada tanggal 23 September 2020.
- Dahlan, Abdul Aziz. *Ensiklopedi Hukum Islam*. Jakarta: Icthtiar Baru, 1996.
- Danu pranata, G. *Buku Ajar Manajemen Syariah Gita Danupranata*. Salemba Empat, 2013.
- Ernawati Ernawati and Moch. Novi Rifa'i, 'Strategi Pemasaran Produk PRULink Syariah Assurance Account Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Malang', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1. 2018. <<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5834>>.
- Gie, The Liang. *"Analisis dan Administrasi Manajemen"*, (Jakarta: Gramedia, 2002).
- Hardi, Eja Armaz. Studi Komparatif Takaful dan Asuransi Konvensional. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, No. 2. Desember, 2015.
- Hasan, Nurul Ichsan. *Pengantar Asuransi Syariah*. Jakarta: Referensi, 2014.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Indonesia, Hadis. *Hadis Bukhari tentang Uang Darah (Diyat)*, Kitab 67, Bab 3624, Hadis No. 6399.
- Juniarti. *Efektifitas dan Efisiensi Pemasaran Meubel CV. Pasaman Rantau Jaya Industri Dumai menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi Strata 1. Pekanbaru, UIN Sultan Syarif Kasim, 2011. <http://repository.uin-suska.ac.id/1973/1/2011-2011117.pdf>.
- Kothler, Philip. *Manajemen Pemasaran I*, Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo, 2010.
- M Daoudi, 'Daoudi,M', *Journal of Visual Languages & Computing*, 11.3. 2000.
- Maslehuddin, Muhammad. *Menggugat Asuransi Modern (Mengajukan Suatu Alternatif Baru dalam Perspektif Hukum Islam)*. Jakarta: Lentera, 1999.

- Mashnu'ah, Siti. Strategi Pemasaran Produk Fulprotek Pt. Asuransi Takaful Keluarga Dan Bank Muamalat Indonesia. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 2. no. 2. 2016. <<https://doi.org/10.15408/aiq.v2i2.2487>>.
- Nasional, Fatwa Dewan Syari'ah. *Pedoman Umum Asuransi Syariah*. Jakarta: 2001.
- Nopriansyah, Walidi. *Asuransi Syariah (Berkah Terakhir yang Tak Terduga)*. Yogyakarta: Andi, 2016.
- Puspitasari, Novi. *Manajemen Asuransi Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2015.
- RI, Kementerian Agama. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Diponegoro, 2018.
- RI, Kemenkes. Perbandingan Asuransi Jiwa Unit Link Pt. Prudential Antara Konvensional dengan Syariah,. 151. 2015, <<https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>>.
- Rianto, M Nur dan Al Arif. *Pada Asuransi Syariah*. Bekasi: Gramata, 2015.
- Riduan. *Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Cet. II; Bandung: Alfabeta, 2003.
- S. Adi. *Pengertian Peningkatan Menurut Ahli*. <http://www.Duniapelajar.com/2014/08/08/Pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli/> di akses pada tanggal 12 April 2021.
- Suyanto. Bagong & Sutinah. *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*. Edisi 1. Jakarta: Kencana, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cet. 4, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta, 2014.
- Suprayogi, Danu. *Penerapan Strategi Pemasaran di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Assalam Family*, Skripsi Strata 1. Lampung: UIN Raden Intan, 2018.
- Susanti, Susi. *Penerapan Strategi Promosi Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bengkulu dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah*, Skripsi Strata 1, Bengkulu, IAIN Bengkulu, 2018.

Tarigan, Pebi Resque. *Strategi Penghimpunan Dana Pihak keTiga pada PT Bank Syaariah Mandiri KCP meda Ringroad*, Skripsi Strata 1. Sumatera Utara: UIN, 2018.

Tarmizi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: Berkat Mulia Insani, 2018.

Umar, Husein. *Strategi Manajemen In Action*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 www.ojk.go.id , diakses pada 20 September 2020.

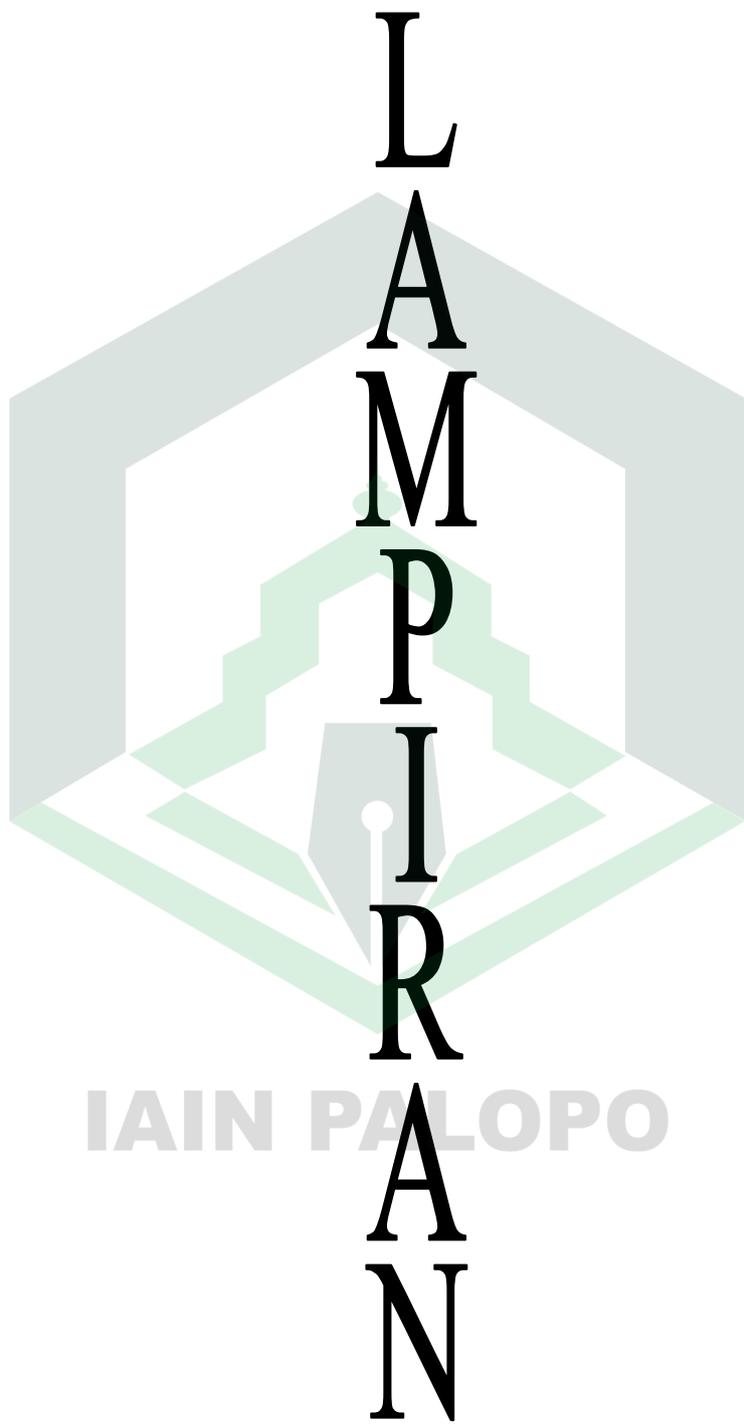
Wibowo, Dimas Hendika. Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29, no. 1, 2015.

Wijaya, Candra dan Muh. Rifa'i. *Dasar-dasar Manajemen (Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien)*, (Medan: Perdana Publishing, 2016).

Wirdayaningsih. *Bank dan Asuransi Islam Di Indonesia*, Edisi 1 (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2005).



IAIN PALOPO



PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)

Identitas Informan

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

Tanggal wawancara :

Pihak Marketing Produk Asuransi Syariah

A. Strategi Produk

1. Apa sajakah jenis produk asuransi syariah yang ditawarkan?
2. Manfaat apa yang akan diperoleh calon nasabah ketika menjadi peserta asuransi syariah?
3. Kelebihan apa yang ditawarkan produk asuransi syariah dibandingkan produk konvensional?

B. Strategi Harga

1. Bagaimana variasi besaran premi yang harus dibayar? Apakah ada standar penentuan premi yang diberikan oleh perusahaan?

C. Strategi Promosi

1. Bagaimana cara anda memanfaatkan media dalam melakukan pemasaran, dan media apa saja yang anda gunakan?

2. Strategi pemasaran apa yang dijalankan bank dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah?
3. Apakah strategi yang dijalankan tersebut sudah dapat menunjang jumlah peserta asuransi syariah?
4. Apakah strategi yang diterapkan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah nasabah?
5. Berapa besar persentase peningkatan nasabah asuransi syariah setiap tahunnya?

D. Strategi Tempat

1. Siapa sajakah yang menjadi cakupan pasar bank dalam memasarkan produk asuransi syariah?
2. Apakah lokasi bank cukup strategis untuk dijangkau dan diketahui keberadaannya oleh calon peserta asuransi syariah?
3. bagaimana bank menjalin hubungan dengan nasabah agar nasabah asuransi syariah tetap loyal?

IAIN PALOPO

PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)

Identitas Informan

Nama :

Umur :

Alamat :

Tanggal wawancara:.....

Pihak Nasabah Asuransi Syariah

1. Bagaimana anda mengetahui tentang adanya produk asuransi syariah di Bank Muamalat KCP Palopo?
2. Apa yang membuat anda tertarik untuk lebih memilih menggunakan jasa asuransi syariah?
3. Jenis produk asuransi apa yang anda miliki?
4. Sejauh apa anda memahami tentang produk asuransi syariah ini?
5. Manfaat apa yang anda peroleh dari produk asuransi syariah?
6. Pada saat awal akad apakah sudah dijelaskan terkait akad, klaim serts prosedur lainnya oleh pihak Bank Muamalat?

HASIL WAWANCARA

Peneliti : Nursafitri
Informan : Relationship Manager
Hari dan Tanggal : Rabu, 26 Agustus 2020

Peneliti : Apa sajakah jenis produk asuransi syariah yang ditawarkan?
Informan : “Disini ada 2 jenis produk asuransi syariah, namanya asuransi salam hijrah investa dan asuransi hijrah safe proteksi. Kalo asuransi salam hijrah investa dia mengcover kesehatan, jiwa sama investasi. Jadi dia tergabungmi semua. Kalau asuransi hijrah safe proteksi, dia asuransi perlindungan jiwa baik akibat penyakit kritis maupun meninggal dunia baik karena kecelakaan atau non kecelakaan”.

Peneliti : Manfaat apa yang akan diperoleh calon nasabah ketika menjadi peserta asuransi syariah?
Informan : “Nah itu tadi, kalau di asuransi salam hijrah investa ada perlindungan jiwa, kesehatan dan investasi. Pokoknya kalo dia kehilangan jiwanya, sudah dicover. Mau dia meninggal karena kecelakaan ataupun karena sakit. Kalo kesehatan ada namanya santunan harian rawat inap. Sedangkan investasi itu, khusus di asuransi salam hijrah investa kan masa kontraknya 10 tahun, jadi investasinya berkembang di tahun ke 5. Jadi dananya di tempatkan di saham-saham syariah. Kemudian manfaat asuransi hijrah safe proteksi itu ada manfaat perlindungan menderita penyakit kritis sebesar 10%, ada juga manfaat meninggal dunia, sama dengan asuransi salam hijrah investa baik dia meninggal karena kecelakaan ataupun non kecelakaan”.

Peneliti : Kelebihan apa yang ditawarkan produk asuransi syariah dibandingkan produk asuransi syariah?
Informan : “Kelebihan asuransi salam hijrah investa dibanding asuransi konvensional itu ada nilai waqafnya, kita kan produknya syariah. Jadi premi yang dibayarkan peserta setiap tahunnya diwaqafkan sebesar 10% dan diserahkan ke BaitulMaal Muamalat untuk dikelola ke hal kebajikan ataupun jika terjadi bencana alam seperti banjir dan lainnya. Berarti secara tidak langsung nasabah menyumbang setiap tahunnya. Kemudian kelebihan kelebihan asuransi hijrah safe proteksi kelebihannya nilai kontribusi preminya rendah, selain itu juga ada nilai perlindungan penyakit kritis kemudian yang paling nampak

kelebihannya dibanding asuransi konvensional yaitu bebas biaya pembatalan polis”.

Peneliti : Bagaimana variasi besaran premi yang harus dibayar? Apakah ada standar penentuan premi yang diberikan oleh perusahaan?

Informan : “Tergantung usia masuk peserta. Kalau usianya sudah tua risikonya juga semakin besar. Artinya nilai preminya juga akan lebih tinggi. Ya, ada standarnya. Premi minimum produk asuransi salam hijrah investa sebesar Rp.850.000,- dan premi minimum produk asuransi hijrah safe proteksi sebesar Rp. 100.000,-“.

Peneliti : Bagaimana cara anda memanfaatkan media dalam melakukan pemasaran dan media apa saja yang digunakan?

Informan : “Setiap ada produk terbaru kita akan posting ke sosial media, ya minimal agar masyarakat tahu bahwa ternyata di Bank Muamalat KCP Palopo ada produk asuransi syariah. Baik itu melalui Facebook ataupun Instagram. Kemudian juga kita selalu follow up nasabah melalui WhatsApp untuk ditawarkan asuransi syariah”.

Peneliti : Strategi pemasaran apa yang dijalankan bank dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah?

Informan : “Kita adakan iklan fisik berupa pembagian brosur, kita lakukan juga face to face karena dengan hanya membaca brosur calon nasabah kan biasanya kurang paham. Jadi kita tunjang dengan face to face harapannya agar calon nasabah tertarik dengan produk yang ditawarkan. Memposting keberadaan produk asuransi syariah ke sosial media. Kita juga join visit ke nasabah. Jadi dicek nasabah prioritas yang saldonya mengendapji, dia juga tidak deposito, jarangji juga dia tarik perputarannya. Jadi itu nasabah yang kita kunjungi. Tiap hari SBM kasi list nasabah mana saja yang mau dikunjungi setiap harinya untuk ditawarkan produk asuransi syariah. Kemudian kalau ada nasabah yang melakukan transaksi pembukaan rekening baik itu rekening reguler ataupun rekening haji, kita selalu memasarkan produk asuransi syariah atau biasa disebut cross selling”.

Peneliti : Apakah strategi yang dijalankan tersebut sudah dapat menunjang jumlah peserta asuransi syariah?

Informan : “Belum bisa dikatakan begitu karena kalau kita tawarkan biasanya nasabah belum tertarik, tapi kita selalu follow up kembali untuk meyakinkan. Alhamdulillah beberapa bulan ini selalu capai target . Untuk saat ini di produk asuransi hijrah safe proteksi juga sebagian nasabah ada yang berminat khususnya nasabah yang buka tabungan haji/porsi haji karena manfaat asuransinya nantinya bisa digunakan pada saat pelunasan haji”.

- Peneliti : Apakah strategi yang dijalankan berdampak positif terhadap peningkatan nasabah?
- Informan : “Ya, nasabah asuransi syariah setiap tahun meningkat”.
- Peneliti : Berapa besar persentase peningkatan nasabah asuransi syariah setiap tahunnya?
- Informan : “Persentase kenaikannya sangat kecil hanya mencapai 40% setiap tahunnya. Apalagi saat ini dihadapkan dengan situasi banyaknya perusahaan-perusahaan asuransi konvensional yang kolep sehingga masyarakat pada umumnya tidak lagi menaruh kepercayaan yang penuh akan asuransi dan merasa takut lagi untuk berasuransi”.
- Peneliti : Siapa sajakah yang menjadi cakupan pasar bank dalam memasarkan produk asuransi syariah?
- Informan : “Nasabah yang memiliki kebutuhan asuransi. Nasabah Bank Muamalat kan rata-rata berprofesi sebagai pengusaha, pegawai, pelaut. Nah disitu kita melihat bahwa nasabah ini memiliki kebutuhan asuransi. Karena kan setiap pekerja itu selalu dihadapkan pada risiko, jadi kita tawarkan juga asuransi syariah”.
- Peneliti : Apakah lokasi bank cukup strategis untuk dijangkau dan diketahui keberadaannya oleh calon peserta asuransi syariah?
- Informan : “Ya, karena letaknya dijalan porosji yang notabene dekat dengan keramaian, otomatis masyarakat mudah menjangkau dan menemukan lokasinya. Dari sejak berdirinya tahun 2005 Bank Muamalat juga tidak pernah pindah lokasi”.
- Peneliti : Bagaimana bank menjalin hubungan dengan nasabah agar nasabah asuransi syariah tetap loyal.
- Informan : “itu saja, kita selalu follow up atau telfon atau berkunjung untuk silaturahmi karena kan disini rata-rata nasabah prioritas. Jadi ada biasanya anggaran dari kantor. Tergantung savingnya di bank. Jadi kita kunjungi misalnya pada saat ulang tahun, dibawakan gift atau kue. Kemudian memberikan informasi-informasi yang update terkait produk dan layanan terbaru”.

HASIL WAWANCARA

Peneliti : Nursafitri
Informan : Nasabah Asuransi Syariah
Hari dan Tanggal : Minggu, 20 Desember 2020

Peneliti : Bagaimana anda mengetahui tentang adanya produk asuransi syariah di Bank Muamalat KCP Palopo?

Informan : “waktu itu kebetulan saya melakukan pembukaan tabungan haji, kemudian oleh *Customer Service* saya diberitahu tentang produk asuransi syariah dan diperlihatkan brosurnya juga”.

Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik untuk lebih memilih menggunakan jasa asuransi syariah?

Informan : “Kebetulan saya kan nasabah haji kemudian juga kontrak asuransi hanya 5 tahun, sedangkan masa tunggu haji 21 tahun. Jadi saya pikir dari pada dana saya tinggal, lebih bagusnya saya buka asuransi syariah ini. Nanti di akhir kontrak manfaat asuransinya bisa saya gunakan untuk pelunasan porsi haji saya. Kalaupun kemudian di masa berjalannya kontrak tiba-tiba saya sakit atau apa, saya juga tetap bisa klaim asuransinya untuk biaya berobat”.

Peneliti : Jenis produk asuransi apa yang anda miliki?

Informan : “Asuransi Hijrah Safa Proteksi”.

Peneliti : Sejauh apa anda memahami tentang produk asuransi syariah ini?

Informan : “Asuransi syariah itu kan layanan jasa yang memberikan mafaat atas perlindungan jiwa. Jadi masing-masing dari kita menyetorkan dana simpanan untuk melindungi diri kita dan para anggota asuransi yang lain kalau saja dikemudian hari terjadi sesuatu hal seperti kecelakaan yang mengharuskan kita mengeluarkan biaya yang lebih banyak dari biasanya. Kalo ada asuransi kita sudah tidak pusing lagi dengan beban biaya yang harus dipikul atau bahkan bisa sampai meminjam sana-sini”.

Peneliti : Manfaat apa yang anda peroleh dari produk asuransi syariah?

Informan : “Manfaat perlindungan penyakit kritis, manfaat asuransi jika sudah jatuh tempo, ada juga manfaat meninggal dunia”.

Peneliti : Pada saat awal akad, apakah sudah dijelaskan terkait akad, klaim serta prosedur lainnya oleh pihak Bank Muamalat?

Informan : “Pada awal saya ditawarkan produk asuransi syariah ini tidak dijelaskan mengenai akad. Saya hanya dijelaskan bahwa asuransi hijrah saf proteksi ini premi perbulan yang harus saya bayar yaitu Rp.

100.000,- terus kontribusinya itu selama 5 tahun. Nah, saya kan nasabah haji. Jadi kalau saya ikut asuransi ini, pihak Bank mengcover jiwa saya selama 5 tahun. Tidak diminta-minta besok tiba-tiba saya sakit atau kecelakaan saya bisa klaim asuransinya. Jadi saya pikir bolehlah saya ikut, apalagi kan daftar tunggu haji itu 2 tahun. Katanya kalau sampai akhir periode tidak ada pengajuan klaim, manfaat asuransinya bisa saya gunakan untuk pelunasan porsi haji saya”.



IAIN PALOPO

DOKUMENTASI



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : EKA NURSANTI SALIM

Jabatan : INSURANCE ADVISOR SYARIAH

Alamat : JL. AKHMAD RAZAK

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

Nama : Nursafitri

Nim : 16 0402 0226

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada
Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat
KCP Palopo)

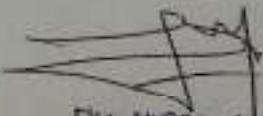
Alamat : Lamasi Pantai, Kec. Walenrang Timur, Kab. Luwu

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal 28 Agustus 2020 dan menggali lebih mendalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Palopo,

Yang membuat pernyataan


EKA NURSANTI SALIM

Bank Muamalat

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **MARHA**
Jabatan: **CUSTOMER SERVICE**
Alamat: **JL. SUNGAI PAREMAN**

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

Nama : Nursafitri
Nim : 16 0402 0226
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)**
Alamat : Lamasi Pantai, Kec. Walenrang Timur, Kab. Luwu

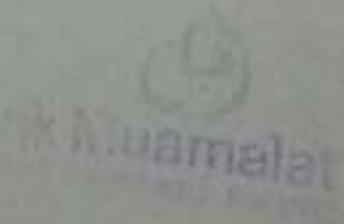
Benar telah melakukan wawancara pada tanggal 2 September 2020 dan menggali lebih mendalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Palopo,

Yang membuat pernyataan

MARHA



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : *HADI SANTOSO*

Jabatan: *RELATIONSHIP MANAGER*

Alamat: *JL. BANGSA 2 No. 109 PERUMNAS, PALOPO*

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

Nama : Nursafitri

Nim : 16 0402 0226

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)**

Alamat : Lamasi Pantai, Kec. Walenrang Timur, Kab. Luwu

Benar telah melakukan wawancara pada tanggal *26 Agustus 2024* dan menggali lebih mendalam informasi yang dibutuhkan untuk melengkapi data dalam menyusun skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Palopo,

Yang membuat pernyataan



Hadi Santoso

Bank Muamalat

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 26 Januari 2021

Lamp : -
Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum warohmatullahi wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa, maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

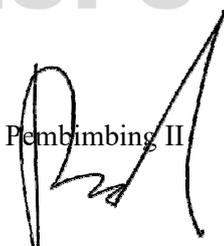
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. Wb

Pembimbing I


Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 196102081 199403 2 001
Tanggal : 26 Januari 2021

Pembimbing II


Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 2009048701
Tanggal: 29 Januari 2021

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul : *Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)*

yang ditulis oleh :

Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.



Pembimbing I

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP. 196102081 199403 2 001
Tanggal : 26 Januari 2021



Pembimbing II

Yuyun Ruqiyvat Said, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 2009048701
Tanggal:29 Januari 2021

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.
Ilham, S.Ag., MA.
Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp :
Hal : Skripsi Nursafitri

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

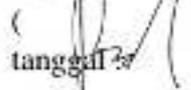
Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo).

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

1. Ilham, S.Ag., MA.
Penguji I
2. Dr. Adzan Noor Bakri,, SE.Sy., MA.Ek.
Penguji II
3. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
Pembimbing I/Penguji
4. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.
Pembimbing II/Penguji

()
tanggal :
()
tanggal :
()
tanggal :
()
tanggal :

PERSETUJUAN PENGUJI

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul : *Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)*.

Yang ditulis oleh :

Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Penguji I

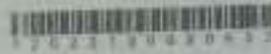


Ilham, S.Ag., MA.
Tanggal: 02 Februari 2021

Penguji II



Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., ME.Ak
Tanggal:



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : J. K.H.M. Yasin No 5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpun : (0411) 23022

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NCMOR : 633/FIDPMP/PTSP/III/2020

DASAR HUKUM

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2003 tentang Sistem Nasional Pendidikan, Pengembangan dan Peningkatan PTK
2. Peraturan Menteri Nomor 94 Tahun 2011 tentang Pedoman Pelaksanaan Rancangan Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Nomor 1 Tahun 2014.
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 25 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non-Perizinan di Kota Palopo.
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 24 Tahun 2018 tentang Penyelenggaraan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Non-Perizinan yang Merupakan Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Non-Perizinan yang Merupakan Urusan Pemerintah yang Ditunjuk Kabupaten/Kota yang Merupakan Daerah Otonomi Khusus dan Kabupaten/Kota yang Merupakan Daerah Otonomi Khusus.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: NURSAFITRI
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Lamasari Pantai Kab. Luwu
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 16 8403 0220

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penelitian Skripsi dengan judul :

STRATEGI BANK DALAM MENINGKATKAN NASABAH PADA PRODUK ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA BANK MUAMALAT KOP PALOPO)

Lokasi Penelitian	: BANK MUAMALAT KOP PALOPO
Lamanya Penelitian	: 18 Agustus 2020 s.d. 17 November 2020

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 2. Menaatikan semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
 3. Penelitian tidak menyebarkan data pribadi dan yang dibekukan.
 4. Menyediakan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
 5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.
- Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PA

Ditentukan di Kota Palopo
 Pada tanggal : 18 Agustus 2020
 oleh : Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

AGUS AGUS MANDASARI, SE, M.AP
 Pangkat : Penata
 NIP : 19780806 201001 1 014

Tersusun

1. Kepala Dinas Bidang Perizinan
2. Walikota Palopo
3. Kepala Dinas PTSP
4. Walikota Palopo
5. Kepala Badan Perizinan dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Pengkajian Kota Palopo
7. Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan



BERITA ACARA UJIAN HASIL

Pada Hari ini Senin Tanggal 08 bulan Desember tahun 2020 telah dilaksanakan Ujian Seminar Hasil mahasiswa (i):

Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI** dan masa perbaikan pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Skripsi diterima tanpa perbaikan |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/> | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Ilham, S.Ag., M.A.
(Penguji I)
4. Dr. Adzan Noor Bakri, SE. Sy., MA.Ek.
(Penguji II)
5. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Pembimbing I/Penguji I)
6. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.
(Pembimbing II/ Penguji I)

()
()
()
()
()
()



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Kamis Tanggal 25 bulan Maret Tahun 2021 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Nursafitri
NIM : 16 0402 0226
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Strategi Bank dalam Meningkatkan Nasabah pada Produk Asuransi Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCP Palopo)

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI**⁹⁸..... dan masa perbaikan.../... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- Skripsi diterima tanpa perbaikan
 Skripsi diterima dengan perbaikan
 Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M (Ketua Sidang/Penguji))
2. Ilham, S.Ag., M.A (Penguji I))
3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek. (Penguji II))
4. Dr. Hj. Ramlah M, M.M (Pembimbing I/ Penguji I))
5. Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd (Pembimbing II/ Penguji I))

RIWAYAT HIDUP



Nursafitri, lahir di Lamasi Pantai pada tanggal 16 November dari pasangan ayah Syafruddin dan Ibu Nurlia. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Tambak Desa Lamasi Pantai Kec. Walenrang Timur Kab. Luwu. Pernah menempuh pendidikan dasar di MI 25 Lamasi Pantai dan lulus pada tahun 2010, melanjutkan pendidikan ditingkat SMP di Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis kembali melanjutkan pendidikan ditingkat SMA di sekolah yang sama yaitu Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo mengambil jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan lulus pada tahun 2016. Pada saat menempuh pendidikan di SMA penulis menjabat sebagai pengurus OS-PMDS (Organisasi Santri Pesantren Modern Datok Sulaiman Palopo) dan aktif dalam kegiatan ekstrakurikuler di antaranya pramuka. Setelah lulus SMA ditahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan ditingkat perguruan tinggi dan terdaftar pada perguruan tinggi negeri Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

E-mail: nursafitry45@gmail.com

IAIN PALOPO