



**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT.  
ASURANSI JIWA BUMIPUTERA CABANG  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**PUTRI MARITO**

**NIM. 16 401 00194**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

**PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT. ASURANSI JIWA  
BUMIPUTERA CABANG PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh:**

**PUTRI MARITO**

**NIM. 16 401 00194**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING I**

**Dr. H. Arbanur Rasyid, MA**  
**NIP. 19730725 199903 1 002**

**PEMBIMBING II**

**Ja'far Nasution, Lc., MEI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **PUTRI MARITO**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Januari 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **PUTRI MARITO** yang berjudul "**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT. ASURANSI JIWA BUMIPUTERA CABANG PADANGSIDIMPUAN**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

PEMBIMBING I

Dr. H. Arbanur Rasyid, MA  
NIP. 19730725 199903 1 002

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, Lc., MEI

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **PUTRI MARITO**  
NIM : 16 401 00194  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa  
Bumiputera Cabang Padangsidimpuan .**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 2 Februari 2021

Saya yang Menyatakan,



**PUTRI MARITO**  
**NIM. 16 401 00194**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PUTRI MARITO  
NIM : 16 401 00194  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT. ASURANSI JIWA BUMIPUTERA CABANG PADANGSIDIMPUAN.** Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 2 Februari 2021  
Yang menyatakan,



PUTRI MARITO  
NIM. 16 401 00194



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sibitang Padangsidimpun. 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : PUTRI MARITO  
NIM : 16 401 00194  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa  
Bumiputera Cabang Padangsidimpun

Ketua

Delima Sari Lubis, MA  
NIP.19840512 201403 2 002

Sekretaris

Rodame Monitorir Napitupulu, MM  
NIP.19841130 201801 2 001

Anggota

Delima Sari Lubis, MA  
NIP.19840512 201403 2 002

Rodame Monitorir Napitupulu, MM  
NIP.19841130 201801 2 001

Hamni Fadwilah Nasution, M.Pd  
NIP.19830317 201801 2 001

Nurul Izzah, M.Si  
NIP.19900122 201801 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpun  
Hari/Tanggal : Selasa/22 Desember 2020  
Pukul : 09.00 s/d 12.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/70,5 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,66  
Predikat : Pujian





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634)24022

**PENGESAHAN**

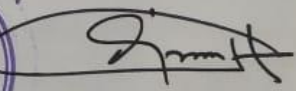
**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT.  
ASURANSI JIWA BUMIPUTERA CABANG  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : PUTRI MARITO**  
**NIM : 16 401 00194**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 22 Februari 2021  
Dekan,



  
**Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si**  
**NIP. 19780818 200901 1 015**

## ABSTRAK

**Nama : PUTRI MARITO**

**Nim : 16 401 00194**

**Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

Latar belakang masalah yaitu terjadinya penurunan jumlah nasabah pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan pada tahun 2017, 2018, 2019 dan 2020 hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya faktor promosi yang belum optimal. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah penerapan bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan. Strategi pemasaran merupakan salah satu langkah-langkah yang secara umum berurutan dari awal sampai akhir dalam proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, sehingga dengan adanya strategi pemasaran produk-produk asuransi jiwa ini diharapkan segala keinginan dan kebutuhan masyarakat maupun pelanggan dapat terpenuhi dengan baik dan terorganisir dengan baik pula.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah karyawan dan nasabah pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan adalah meliputi 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence*. Strategi yang diandalkan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dari *marketing mix* yaitu hanya harga atau premi dari produk asuransi jiwa syariah saja. Sedangkan strategi promosi di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan belum dilaksanakan dengan baik sehingga menyebabkan jumlah nasabah mengalami penurunan. Walaupun strategi harga dari produk asuransi jiwa syariah yang paling diandalkan namun strategi bauran pemasaran tersebut harus saling mendukung agar strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan yang ada semakin baik dan nasabahnya semakin meningkat secara signifikan dan terus mencapai target yang memuaskan setiap tahunnya.

**Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Asuransi Jiwa, Syariah**



## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillah*, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, *figure* seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan**”, disusun untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, Lc., MEI. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda Kholijah Hannum Nasution dan Ayahanda tercina Raja Adil Muda Hasibuan, yang tanpa pamrih memberikan kasih

sayang dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Ketiga kakak saya Filda Mayang Sari, Rina Khairani, dan Emmi Hayati dan Kedua adik saya Sutan Hasan Yunus dan Raudha Putri Kholijah yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

8. Kepada sahabat dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Yusron Manggita, Melinda Ratnasari, Fitrah Hannum, Sari Ayu, Anni Cholilah, Afrilina Siagian, Fatma Wati, Rahmayanti, Evi Sumarni, Nur Atikah, Nina Yanti, Rahmayani Siregar dan Wilda Yanti.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah-6 angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Januari 2021

Peneliti,

**PUTRI MARITO**

**NIM. 16 401 00194**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

| Huruf Arab | Nama Huruf Latin | Huruf Latin        | Nama                        |
|------------|------------------|--------------------|-----------------------------|
| ا          | Alif             | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan          |
| ب          | Ba               | B                  | Be                          |
| ت          | Ta               | T                  | Te                          |
| ث          | ša               | š                  | es (dengan titik di atas)   |
| ج          | Jim              | J                  | Je                          |
| ح          | ħa               | ħ                  | Ha (dengan titik di bawah)  |
| خ          | Kha              | Kh                 | Ka dan Ha                   |
| د          | Dal              | D                  | De                          |
| ذ          | žal              | ž                  | zet (dengan titik di atas)  |
| ر          | Ra               | R                  | Er                          |
| ز          | Zai              | Z                  | Zet                         |
| س          | Sin              | S                  | Es                          |
| ش          | Syin             | Sy                 | Es                          |
| ص          | šad              | š                  | Es dan ye                   |
| ض          | ḍad              | ḍ                  | de (dengan titik di bawah)  |
| ط          | ṭa               | ṭ                  | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ          | za               | z                  | zet (dengan titik di bawah) |
| ع          | ‘ain             | ‘                  | Koma terbalik di atas       |
| غ          | Gain             | G                  | Ge                          |
| ف          | Fa               | F                  | Ef                          |
| ق          | Qaf              | Q                  | Ki                          |
| 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       |

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

| Tanda | Nama          | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
|       | <i>Fathah</i> | A           | A    |
|       | <i>Kasrah</i> | I           | I    |
|       | <i>Dammah</i> | U           | U    |

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

| Tanda dan Huruf | Nama                  | Gabungan | Nama    |
|-----------------|-----------------------|----------|---------|
|                 | <i>fathah dan ya</i>  | Ai       | a dan i |
|                 | <i>fathah dan wau</i> | Au       | a dan u |

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

| Harkat dan Huruf | Nama                           | Huruf dan Tanda | Nama             |
|------------------|--------------------------------|-----------------|------------------|
|                  | <i>fathah dan alif atau ya</i> | ā               | a dan garis atas |



|       |                       |   |                      |
|-------|-----------------------|---|----------------------|
| ي...ي | <i>Kasrah dan ya</i>  | ī | i dan garis di bawah |
| و...و | <i>ḍommah dan wau</i> | ū | u dan garis di atas  |

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

#### a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. *Syaddah (Tsaydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### 5. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 6. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## 7. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut biasa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*.  
Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan  
Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

Halaman

|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>   |            |
| <b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>                   |            |
| <b>SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>                      |            |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>i</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>ii</b>  |
| <b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>                      | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>   | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>  | <b>xv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |            |
| A. Latar Belakang Masalah.....                                     | 1          |
| B. Batasan Masalah/Fokus Masalah .....                             | 7          |
| C. Batasan Istilah .....   | 7          |
| D. Rumusan Masalah .....   | 8          |
| E. Tujuan Penelitian .....   | 9          |
| F. Kegunaan Penelitian.....  | 9          |
| G. Sistmatika Pembahasan.....                                      | 9          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                                     |            |
| A. Landasan Teori.....   | 11         |
| 1. Strategi Pemasaran.....   | 11         |
| a. Pengertian Strategi Pemasaran.....                              | 11         |
| b. Macam-Macam Strategi Pemasaran.....                             | 16         |
| c. Konsep Pemasaran .....  | 18         |
| 2. Bauran Pemasaran.....   | 21         |
| 3. Asuransi.....   | 23         |
| a. Pengertian Asuransi Syariah .....                               | 23         |
| b. Menurut Fatwa MUI Tentang Asuransi .....                        | 29         |
| c. Jenis- Jenis Asuransi .....                                     | 29         |
| d. Asuransi Konvensional .....                                     | 30         |
| e. Perbandingan Asuransi Syariah dan Asuransi<br>Konvensional..... | 33         |
| B. Penelitian Terdahulu .....                                      | 38         |
| <b>BAB III Metodologi Penelitian</b>                               |            |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....                               | 43         |
| B. Jenis Penelitian.....   | 43         |

|  |    |
|--|----|
| C. Subjek Penelitian.....  | 44 |
| D. Sumber Data.....  | 45 |
| E. Instrumenan dan Teknik Pengumpulan Data .....   | 46 |
| F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....   | 48 |
| G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....  | 50 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>  |    |
| A. Gambaran Umum PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang<br>Padangsidempuan .....                          | 54 |
| 1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Asuransi Jiwa<br>Bumiputera Cabang Padangsidempuan .....             | 54 |
| 2. Visi, Misi dan Nilai-Nilai Asuransi .....   | 55 |
| 3. Profil PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang<br>Padangsidempuan .....                                 | 56 |
| 4. Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera<br>Cabang Padangsidempuan .....                    | 57 |
| 5. Produk-Produk PT. Asuransi Jiwa Bumiputera<br>Cabang Padangsidempuan .....                          | 59 |
| B. Deskripsi Hasil Penelitian .....  | 60 |
| 1. Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa<br>Bumiputera Cabang Padangsidempuan.....          | 60 |
| 2. Hambatan-Hambatan dalam Memasarkan Produk Asuransi<br>Syariah dan Produk Asuransi Konvensional..... | 69 |
| C. Pembahasan Hasil Penelitian .....   | 70 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>   |    |
| A. Kesimpulan .....  | 75 |
| B. Saran-saran.....  | 75 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Halaman

|                |  |           |
|----------------|--|-----------|
| <b>Tabel 1</b> | <b>: Data Jumlah Nasabah PT. Asuransi Jiwa Bumiputera<br/>Cabang Padangsidimpuan .....</b> | <b>6</b>  |
| <b>Tabel 2</b> | <b>: Perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran.....</b>                              | <b>21</b> |
| <b>Tabel 3</b> | <b>: Perbandingan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional..</b>                         | <b>34</b> |
| <b>Tabel 4</b> | <b>: Penelitian Terdahulu .....</b>  | <b>39</b> |
| <b>Tabel 5</b> | <b>: Jumlah Pegawai pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera<br/>Cabang Padangsidimpuan .....</b> | <b>55</b> |
| <b>Tabel 6</b> | <b>: Biaya Administrasi Produk Mitra ASRI .....</b>  | <b>62</b> |

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

|                |   |           |
|----------------|---|-----------|
| <b>Tabel 3</b> | <b>: Struktur Organisasi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera<br/>Cabang Padangsidimpuan .....</b> | <b>58</b> |
|----------------|---|-----------|

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Menjalani kehidupan kita sehari-hari, banyak risiko kehidupan yang kita tidak ketahui di luar sana. Risiko yang tidak kita senangi atau merugikan kita, kapan saja dapat menimpa kita dalam kondisi apapun. Adapun mungkin tiba-tiba saja saat kita sedang melakukan kegiatan rutinitas kita seperti biasa, di saat itulah risiko yang sangat kita tidak inginkan itu terjadi dan menimpa kita ataupun orang-orang terdekat kita. Di saat itulah kita harus selalu siap sedia untuk menjaga agar risiko-risiko itu tidak terlalu merugikan kita dalam finansial kita.<sup>1</sup>

Menurut pasal 246 Wetboek van Koophandel (Kitab undang-Undang Perniagaan) yang dikutip dalam buku Hendi Suhendi bahwa yang dimaksud dengan asuransi adalah suatu persetujuan dimana pihak yang meminjam berjanji kepada pihak yang dijamin untuk menerima sejumlah uang premi sebagai pengganti kerugian, yang mungkin akan diderita oleh yang dijamin karena akibat dari suatu peristiwa yang belum jelas akan terjadi.<sup>2</sup>

Asuransi adalah salah satu bentuk dari sebuah pengendalian risiko yang dilakukan dengan cara mengalihkan risiko yang dialami si tertanggung ke penanggung. Dibutuhkan asuransi untuk mempersiapkan diri apabila risiko yang tidak kita inginkan itu terjadi. Hal tersebut yang

---

<sup>1</sup> Zaqi Prananta Fariza, "Analisis Perbandingan Antara Asuransi Syariah dengan Asuransi Konvensional" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2018), hlm. 1.

<sup>2</sup> Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Rajagrafindo persada, 2013), hlm. 307.

dimanfaatkan oleh perusahaan asuransi dalam menjalankan usahanya. Masyarakat kini telah banyak menyadari bahwa asuransi itu berguna untuk mengurangi risiko yang ditanggung apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan. Setelah menggunakan asuransi masyarakat dapat membuat perencanaan keuangan apabila kemungkinan terjadinya risiko telah dipersiapkan sebelumnya. Maka masyarakat dapat lebih memikirkan tentang masa depan. Asuransi menjadi mekanisme pemindahan/pelimpahan risiko dari jiwa seseorang (tertanggung) kepada perusahaan asuransi jiwa (penanggung). Tujuan memiliki asuransi untuk memastikan atau tujuan jangka panjang dapat terpenuhi.<sup>3</sup>

Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan aktivitas dari bisnis atau perdagangan dengan cara menawarkan produk kepada konsumen sehingga tercapai kebutuhan dan kepuasan konsumen, selain itu juga adanya pengembangan suatu produk ditujukan upaya untuk menarik minat para pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang telah diluncurkan.<sup>4</sup>

Adanya pemasaran melalui sebuah strategi yang dikenal dengan strategi pemasaran tersebut akan memudahkan untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan konsumen serta penyebaran produk yang ditawarkan. Selain itu juga dapat mengidentifikasi berbagai perubahan

---

<sup>3</sup> Zaqi Prananta Fariza, *Op.Cit.*, hlm. 2.

<sup>4</sup> Sondang P Siagian, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), cet. Ke-5, hlm.

gejala dan menghindarkan dari berbagai penyimpangan atau keluar lebih jauh daripada tujuan yang ingin dicapai.<sup>5</sup>

Perkembangan saat ini terdapat dua jenis asuransi yaitu asuransi konvensional dan asuransi syariah. Sebenarnya kedua jenis asuransi tersebut tidak terlalu beda jauh namun memang ada beberapa hal yang bertolak belakang sehingga perlu ada beberapa hal yang harus disesuaikan terlebih dahulu. Asuransi konvensional dimulai dari masyarakat Babilonia 4.000-3.000 SM dan itu dulu disebut dengan perjanjian Hammurabi. Asuransi sendiri masuk ke Indonesia pada masa zaman penjajahan Belanda. Hadirnya keberadaan asuransi di Indonesia akibat dari berhasilnya Belanda dalam sektor perkebunan dan perdagangan di Indonesia pada masa tersebut.

Asuransi syariah sudah dikenal pada zaman Rasulullah yang dikenal dulu sebagai sistem Al-Aqilah. Ide pokok dari Aqilah sendiri adalah suku Arab zaman dahulu harus melakukan kontribusi finansial atas Nama yang bertanggung jawab untuk membayar pewaris yang di tanggung jawabkan. Sistem ini dulu sudah menjadi kebiasaan suku Arab sebelum masuknya Islam dan kemudian disahkan oleh Rasulullah sebagai hukum Islam yang dibuat oleh Rasulullah dalam bentuk konstitusi pertama di dunia. Asuransi syariah di Indonesia diawali pada tahun 1994. Dan pada saat itu asuransi syariah yang pertama kali hadir di Indonesia itu adalah

---

<sup>5</sup> Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Perss, 1987), hlm. 2.

PT. Syarikat Takaful Indonesia pada tanggal 24 Februari 1994 yang dimotori oleh Lembaga Ikatan Cendekiawan.<sup>6</sup>

Hadits yang menjadi rujukan dalam pengelolaan resiko pada Asuransi Jiwa Bumiputera, yaitu:

عَنْ أَبِي حَمَزَةَ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، خَادِمِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِمَا يُحِبُّ نَفْسِهِ ]  
رواه البخاري ومسلم

Artinya: Dari Anas bin Malik, katanya: Bersabda Rasulullah SAW: Tidaklah sempurna iman seseorang daripada kamu sebelum ia cinta kepada saudaranya atau katanya kepada jirannya seperti cintanya kepada dirinya sendiri.<sup>7</sup>

Banyaknya persaingan antar asuransi saat ini, maka Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang padangsidempuan dituntut untuk melakukan proses pemasaran yang dapat menarik minat masyarakat ataupun mempertahankan nasabah yang sudah ada. Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Asuransi dalam rangka meningkatkan ataupun mempertahankan nasabah yang sudah ada adalah dengan cara melakukan banyak promosi, membagikan brosur dan melakukan sosialisasi tentang produk-produknya ke masyarakat maupun ke nasabah yang sudah ada.<sup>8</sup>

Karena banyaknya persaingan antar perusahaan asuransi dalam menawarkan produk yang ada, baik produk asuransi syariah maupun

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, hlm. 3.

<sup>7</sup> Razak & Rais Lathief, *Hadits Shahih Muslim* (Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1981), hlm. 65.

<sup>8</sup> Herman, *Supervisor*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 01 November 2020 pukul 10.04.



asuransi konvensional maka penentuan jumlah nasabah dalam setiap tahunnya bisa berbeda atau terjadinya naik turun nasabah. Hal ini terjadi karena berbedanya kualitas produk yang ditawarkan serta berbedanya paham masyarakat dalam memilih perusahaan asuransi, baik asuransi syariah maupun asuransi konvensional. Pada tahun 2015 sampai 2020 jumlah nasabah Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan mengalami kenaikan dan penurunan jumlah nasabah. Namun pada tahun 2017 sampai tahun 2020 jumlah nasabah Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan terus mengalami penurunan jumlah nasabah. Tingkat penurunan jumlah nasabah yang jauh dari harapan ini mungkin saja disebabkan karena berbagai faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut antara lain disebabkan faktor promosi yang belum maksimal atau belum tepat sasaran sehingga hasil yang diperoleh belum optimal.

Berikut Tabel jumlah nasabah PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dari tahun 2015 hingga 2020:

**Tabel I**  
**Data Jumlah Nasabah PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

| <b>PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan</b> |                |
|--|----------------|
| Tahun  | Jumlah Nasabah |
| 2015   | 720            |
| 2016   | 760            |
| 2017   | 625            |
| 2018   | 320            |
| 2019   | 180            |
| 2020   | 115            |

Sumber: PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan

Berdasarkan tabel di atas dapat kita simpulkan bahwa jumlah nasabah pada tahun 2015 dan 2016 yang hanya mengalami kenaikan jumlah nasabah Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, selainnya mengalami penurunan jumlah nasabah Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan yaitu tahun 2017,2018, 2019, dan tahun 2020. Maka dari itu strategi pemasaran perlu diorganisasikan dalam memasarkan produk pembiayaan pensiun agar jumlah nasabahnya semakin bertambah.

PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan hadir di tengah masyarakat dalam rangka memberikan pelayanan dan bantuan menyangkut asuransi jiwa, dapat berharap tercapainya masyarakat Indonesia yang sejahtera dengan perlindungan dari asuransi.<sup>9</sup> Melihat kondisi tersebut betapa pentingnya peranan strategi pemasaran dalam kegiatan asuransi, namun persoalannya bagaimana dan apa strategi yang digunakan dalam memperluas jaringan dan menawarkan produk kepada masyarakat umum, hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.**”

## **B. Batasan Masalah / Fokus Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka peneliti membatasi penelitian ini pada “Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.”

## **C. Batasan Istilah**

---

<sup>9</sup> Dedi Yulianto, “Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Lampung” (Skripsi, UIN Lampung, 2018), hlm. 5.

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi istilah sebagai berikut.

#### 1. Strategi

Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang menyeluruh, komprehensif dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan.<sup>10</sup>

#### 2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan-hubungan pelanggan dengan cara menguntungkan organisasi dan pihak pelanggan.<sup>11</sup>

#### 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasran.<sup>12</sup>

#### 4. Asuransi

Asuransi (*at-ta'min*) adalah “transaksi perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar

---

<sup>10</sup> Abdurrahman Nana Herdiana, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2018), hlm.195-196.

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 5.

<sup>12</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip Dasar Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. 81.

uran jika terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang dibuat.»<sup>13</sup>

#### **D. Rumusan Masalah**

Dalam setiap penelitian selalu ada permasalahan yang harus dirumuskan agar peneliti itu benar-benar mempunyai sasaran. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

#### **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun Kegunaan penelitian ini antara lain:

##### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan pengetahuan dan untuk membandingkan antara teori yang di dapat selama perkuliahan dengan praktik di lapangan atau dunia kerja.

##### 2. Bagi dunia akademis diharapkan berguna sebagai pengembangan

keilmuan dan juga diharapkan berguna sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya khususnya yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini

---

<sup>13</sup> Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 59.

3. Bagi pihak asuransi jiwa bumiputera penelitian ini diharapkan menjadi bentuk kontribusi yang positif dalam membentuk strategi pemasaran sesuai dengan perspektif bauran pemasaran syariah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memudahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang akan dibahas dalam tiap bab, yaitu sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Menguraikan tentang latar belakang masalah, batasan masalah/fokus masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Tinjauan Pustaka. Menguraikan tentang landasan teori yang menguraikan tentang kerangka teori yang berkaitan dengan penelitian, dan kajian/penelitian terdahulu.

Bab III Metodologi Penelitian. Menguraikan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang merupakan penelitian kualitatif, subjek penelitian, sumber data, teknik dan pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data dan teknik pengecekan keabsahan data.

BAB IV Hasil Penelitian. Menguraikan tentang gambaran umum perusahaan PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dan dekskripsi hasil penelitian.

Bab V Penutup. Menguraikan tentang kesimpulan dan saran, kesimpulan merupakan jawaban-jawaban terhadap pertanyaan pada rumusan masalah, saran memuat pokok-pokok pikiran penelitian kepada pihak-pihak yang terkait dengan objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teori

##### 1. Strategi Pemasaran

###### a. Pengertian Strategi Pemasaran

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *stratagos* atau strategi yang berarti jenderal. Strategi adalah cara menempatkan pasukan atau menyusun kekuatan tentara di medan perang untuk mengalahkan musuh. Adapun dalam pembahasan organisasi, istilah strategi hampir selalu dikaitkan dengan arah, tujuan dan penentuan posisi suatu organisasi dengan mempertimbangkan lingkungan sekitarnya.<sup>14</sup>

Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar dan usaha patungan.<sup>15</sup>

Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan dengan keunggulan, kelemahan perusahaan, yang dikaitkan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat

---

<sup>14</sup> Sanusi Ahmad, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: Pustaka Setia, 2018), hlm. 197.

<sup>15</sup> David Fred R, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 18.

dicapai melalui pelaksanaan dan strategi yang tepat adalah suatu pola tanggapan pribadi atau suatu organisasi.<sup>16</sup>

Strategi di disain dan dilakukan untuk mencapai tujuan suatu organisasi baik yang berjangka pendek maupun jangka panjang. Oleh sebab itu, strategi dapat diartikan sebagai alat (*means*) untuk mencapai tujuan (*ends*). Tujuan adalah keadaan yang diharapkan dimasa depan.<sup>17</sup>

Menurut Kolter, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan , penawaran dan pertukaran (*exchange*).<sup>18</sup>

Tujuan dari setiap pemasaran ialah menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen puas terhadap barang tersebut atau terhadap pelayanan toko tersebut maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Jika konsumen tidak puas maka dia tidak akan melakukan pembelian ulang dan memberikan reaksi negatif serta menginformasikan reaksi negatif itu kepada keluarganya, sahabatnya, sehingga pemasaran produk tersebut tidak mencapai sasaran. Hal ini dapat menimbulkan kegagalan bagi perusahaan.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> M. Manullang, *Manajemen Strategi* (Medan: Perdana Publishing, 2016), hlm. 17.

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 14.

<sup>18</sup> Herry Sutanto dan Khoirul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 37.

<sup>19</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 180.



Bagi lembaga keuangan, pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan manajemen pemasaran dengan baik. Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (*target buyers*) dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

Kegiatan Pemasaran meliputi hal-hal seperti:

- 1) Menetapkan apa yang dikehendaki konsumen.
- 2) Merancang dan mengembangkan suatu produk yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.
- 3) Menentukan cara yang terbaik mengenai penetapan mutu, penetapan harga yang tepat, promosi dan pendistribusian produk yang sesuai.<sup>20</sup>

Jadi strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis diharapkan mencapai tujuan pemasarannya. Strategi

---

<sup>20</sup> M. Manullang, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Permata Puri Media, 2013), hlm. 192.

pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran dan alokasi pemasaran.

Oleh sebab itu, manajer pemasaran harus memilih dan melayani segmen pasar terbaik, menetapkan target pasar yang diinginkan dan ingin dimasuki, melakukan diferensiasi pasar, serta memosisikan produk pada pasar yang unggul. Selanjutnya, perusahaan merancang bauran pemasaran yang terintegrasi untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Dengan strategi pemasaran yang handal, perusahaan merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri atas 7p (*Produk, Price, Place, Promotion, People, Process* dan *Physical Evidence*).

Supriyono mengemukakan manfaat strategi pemasaran sebagai berikut:

- 1) Mengantifikasi masalah kesempatan masa depan pada kondisi perusahaan yang berubah dengan cepat.
- 2) Memberikan tujuan dan arah perusahaan pada masa depan dengan jelas kepada semua karyawan.
- 3) Membuat tugas para eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang beresiko.
- 4) Memonitor segala sesuatu yang dikerjakan dan terjadi di dalam perusahaan, memberikan sumbangan terhadap perusahaan atau mengarah pada kegagalan.

5) Memberikan informasi pada manajemen puncak merumuskan tujuan akhir dan perusahaan dengan memerhatikan etika masyarakat dan lingkungannya.

6) Membantu praktik-praktik manajer.<sup>21</sup>

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pemasarannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk atau jasa yang ditawarkan, maka mereka semakin puas, dan ini berarti strategi yang dijalankan sudah cukup berhasil.<sup>22</sup>

Dapat disimpulkan bahwa *marketing* adalah suatu sistem kegiatan bisnis secara total yang dirancang sedemikian rupa untuk merencanakan jenis barang yang dijual, menetapkan harga, promosi, dan mendistribusikan barang-barang dan jasa-jasa yang dapat memuaskan konsumen potensial.<sup>23</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diketahui bahwa strategi pemasaran pada hakikatnya merupakan kumpulan upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan yang telah direncanakan.

## **b. Macam-Macam Strategi Pemasaran**

1) Strategi penetrasi pasar (*market penetration strategy*)

---

<sup>21</sup> Sanusi Ahmad, *Op.Cit.*, hlm. 197-198.

<sup>22</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013), hlm. 187.

<sup>23</sup> M. Manullang, *Op.Cit.*, hlm. 188.

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon nasabah yang belum terjangkau didaerah pemasaran perusahaan. Strategi penetrasi pasar berusaha untuk meningkatkan pangsa pasar untuk produk dan jasa di pasar saat ini lewat usaha pemasaran yang lebih besar. Strategi ini secara luas digunakan dan dikombinasikan dengan strategi lain. Penetrasi pasar meliputi meningkatnya angka tenaga penjual, meningkatnya beban iklan, menawarkan promosi penjualan item secara ekstensif atau meningkatnya usaha publikasi.<sup>24</sup>

2) Strategi pengembangan pasar (*market development strategy*)

Strategi pengembangan pasar melibatkan pengenalan produk atau jasa.<sup>25</sup> Strategi ini dilakukan bila konsumen/nasabah yang telah ada dan telah dianggap jenuh sehingga perlu dicari nasabah yang baru secara geografis/demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangan pasar adalah:

- a) Menambah lokasi atau kantor cabang di daerah lain
- b) Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar perusahaan.

3) Strategi pengembangan produk (*product development strategy*)

---

<sup>24</sup> Fred R Dafid dan Forest R Dafid, *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Selemba Epaty, 2016), hlm. 132.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 132.

Strategi pengembangan produk adalah strategi yang mencari kenaikan penjualan dengan meningkatkan atau memodifikasi produk atau jasa. Strategi ini menyangkut perubahan/penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk adalah:

- a) Melakukan riset mengenai produk/kebutuhan konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah dimasa yang akan mendatang
- b) Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

#### 4) Strategi Diversifikasi produk

Strategi ini merupakan pengembangan baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar yang baru. Upaya yang dapat dilakukan dalam diversifikasi produk ini adalah:

- a) Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/konsumen baru

b) Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen/nasabah.

**c. Konsep Pemasaran**

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran dimana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.<sup>26</sup>

Ada lima konsep dalam pemasaran dimana konsep dapat dijadikan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan. Adapun konsep-konsep yang dimaksud sebagai berikut:

1) Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun

---

<sup>26</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), hlm. 194.

para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

## 2) Konsep Produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu, perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya *Marketing Myopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan, dan ciri-ciri terbaik.

## 3) Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh.

## 4) Konsep Pemasaran

Menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat

memertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

#### 5) Konsep Pemasaran Kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan pada sebuah kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuannya agar pelanggan tetap setia menggunakan produk dan jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.

Terdapat beberapa perbedaan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran,<sup>27</sup> yaitu sebagai berikut:

**Tabel II**  
**Perbedaan Konsep Penjualan dan Konsep Pemasaran**

| No |              | Konsep Penjualan              | Konsep Pemasaran                |
|----|--------------|-------------------------------|---------------------------------|
| 1  | Sasaran      | Pabrik                        | Pasar                           |
| 2  | Fokus        | Produk yang ada               | Kebutuhan pelanggan             |
| 3  | Sarana       | Penjualan dan promosi         | Pemasaran terpadu               |
| 4  | Tujuan akhir | Laba melalui volume penjualan | Laba melalui kepuasan pelanggan |

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 198-200.



## 2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Para pengusaha yang kreatif, akan selalu menciptakan kombinasi yang terbaik dari elemen 7 P yang menjadi komponen *marketing mix*. Mereka harus menciptakan dari masing-masing elemen P yang mana yang paling baik, dan paling banyak digunakan dalam strategi pemasarannya.

Elemen 7 P ini terdiri atas 4 P tradisional dan 3 P lagi sebagai tambahan untuk pemasaran jasa. Empat P tradisional berlaku untuk pemasaran barang, rinciannya adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

### a. P1 = *Product*

Produk adalah titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan marketing lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimana pun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan *marketing mix* ini tidak akan berhasil.

### b. P2 = *Price*

Harga di sini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor misalnya faktor harga pokok barang, kualitas

---

<sup>28</sup> Buchari Alma, *Op. Cit.*, hlm. 206.

barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang dituju dan sebagainya.

c. P3 = *Place* (Saluran distribusi)

Sebelum produsen memasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan dilakukan. Di sini penting sekali perantara dan pemilihan saluran distribusi.

d. P4 = *Promotio*

Termasuk di dalam kombinasi promosi adalah kegiatan-kegiatan advertising, personal selling, promosi penjualan, publicity, yang kesemuanya oleh perusahaan dipergunakan untuk meningkatkan penjualan.

e. P5 = *People*

People adalah unsur orang/manusia yang melayani terutama dalam perusahaan yang menjual jasa. Termasuk kedalam P5 ini unsur pimpinan, yang mengambil keputusan dan unsur karyawan yang melayani konsumen.

f. P6 = *Physical Avidance*

*Physical evidence* adalah bukti fisik yang dimiliki oleh perusahaan jasa. Misalnya untuk penjualan jasa transportasi, konsumen akan memperhatikan kondisi mobil yang digunakan, untuk jasa bank konsumen akan melihat tampilan bank, ruangan, dan berbagai fasilitas yang terdapat didalamnya.

g. P7 = *Process*

*Process* yaitu bagaimana proses dilakukan sampai jasa yang diminta oleh konsumen diterima secara memuaskan. Apakah cukup puasa menerima jasa, cepat layanannya, bersih, rapih, akurat, tepat waktu dan sebagainya.

### 3. Asuransi

#### a. Pengertian Asuransi Syariah

Kata asuransi berasal dari Bahasa Inggris, *insurance* yaitu perlindungan, melalui kompensasi sejumlah uang atau pembayaran ganti rugi, yang disediakan berdasarkan kontrak tertulis antara dua pihak bila terjadi hal-hal yang tidak diharapkan sesuai dengan perjanjian.<sup>29</sup> Asuransi dengan demikian berarti pemindahan risiko yang telah menyebabkan salah satu pihak, atas dasar pertimbangan-pertimbangan tertentu, bersepakat untuk mengganti kerugian yang dialami pihak yang lain bila sesuatu yang tidak direncanakan dan tidak diharapkan terjadi.

Pihak pertama disebut perusahaan asuransi, pihak kedua disebut yang diasuransikan, kontrak yang disetujui kedua belah pihak disebut polis asuransi, pertimbangan pertanggungan atau kesediaan menanggung resiko didasarkan atas pembayaran premi, harta milik atau kekayaan yang dijamin adalah risiko pertanggungan, dan kecelakaan atau kejadian yang tidak

---

<sup>29</sup> Hasyim Ali, dkk, *Kamus Asuransi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 161.

diharapkan adalah bahaya, risiko kejadian.<sup>30</sup> Mengenai defenisi asuransi secara umum dapat ditelusuri dalam peraturan (perundang-undangan) dan beberapa buku yang berkaitan dengan asuransi, seperti yang tertulis dibawah ini:<sup>31</sup>

- 1) Dalam “Ensiklopedi Hukum Islam” disebutkan bahwa asuransi (*at-ta'min* adalah transaksi perjanjian antara dua pihak, pihak yang satu berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran jika terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang dibuat.<sup>32</sup>
- 2) Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) pasal 246 dijelaskan bahwa yang dimaksud asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian (timbang balik), dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya, karena suatu peristiwa tak tentu.<sup>33</sup>
- 3) Asuransi menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian Bab 1 pasal 1:

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 161.

<sup>31</sup> Abdul Aziz, *Manajemen Investasi Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 189.

<sup>32</sup> Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam* (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2003), hlm. 138.

<sup>33</sup> Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan Undang-Undang Kepailitan* (Jakarta: Balai Pustaka, 2013), hlm. 77.

“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan”.<sup>34</sup>

Sedangkan pengertian asuransi syariah atau yang lebih dikenal dengan *tadhamun*, *tafakul*, *at-ta'min* adalah saling menanggung atau tanggung jawab sosial. Ia juga membagi *ta'min* kedalam tiga bagian, yaitu *ta'min at-taawuniy*, *ta'min al tijari*, dan *ta'min al hukumiy*.<sup>35</sup>

Dari defenisi asuransi syariah di atas jelas bahwa **pertama**, asuransi syariah berbeda dengan asuransi konvensional, pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling tolong-menolong (*at-ta'awun*) dan melindungi satu dengan yang lain dengan menyisihkan dananya sebagai iuran kebajikan yang disebut *tabarru'*. Jadi sistem ini tidak menggunakan pengalihan resiko

---

<sup>34</sup> Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 30.

<sup>35</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional* (Depok: Gema Insani, 2004), hlm. 28-29.

(*risk transfer*) dimana tertanggung harus membayar premi, tetapi lebih merupakan pembagian risiko (*risk sharing*) dimana para peserta saling menanggung. **Kedua**, akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus selaras dengan hukum Islam (syariah), artinya akad yang dilakukan harus terhindar dari riba, *gharar* (ketidak jelasan dana), dan *maisir* (judi), di samping itu investasi dana harus pada obyek yang halal-*toyyibah*.<sup>36</sup>

Adapun ayat mengenai asuransi yaitu terdapat pada Q.S An-nisa': 2, yaitu:

وَعَاثُوا الْيَتَامَىٰ أَمْوَالَهُمْ وَلَا تَتَبَدَّلُوا الْخَبِيثَ بِالطَّيِّبِ وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَهُمْ إِلَىٰ أَمْوَالِكُمْ إِنَّهُ كَانَ حُوبًا كَبِيرًا.

Artinya: Dan berikanlah kepada anak-anak yatim harta mereka, jangan kamu menukar yang baik dengan yang buruk dan jangan kamu makan harta mereka bersama harta kamu. Sesungguhnya itu, adalah dosa yang besar. (Q.S. Annisa: 2).

Dalam tafsir Al- Misbah oleh Quraish Shihab ayat di atas: kata *tatabaddalu* ada yang memahaminya dalam arti “menjadikan”, karna menukar adalah menjadikan sesuatu di tempat sesuatu yang lain. Atas dasar itu, sementara ulama memahami larangan di atas dalam arti: jangan kamu jadikan harta yang buruk buat mereka dan harta yang baik buat kamu, artinya jangan mengambil harta-harta mereka yang bernilai tinggi dan meninggalkan buat mereka yang

---

<sup>36</sup> Abdul Aziz, *Op.Cit.*, hlm. 190.

tidak bernilai. Memang pada masa Jahiliah, banyak wali yang mengambil harta anak yatim yang kualitasnya baik dan menukarnya dengan barang yang sama milik wali tapi yang berkualitas buruk, sambil berkata, “kedua barang itu sama jenis atau kadarnya.”<sup>37</sup>

Firman-Nya: bersama *harta kamu*, bukan berarti jika menggabungkannya dengan harta orang lain dapat dibenarkan. Penggalan ayat ini bukan syarat larangan, tetapi ia sekedar gambaran dari yang sering terjadi. Demikian pula halnya dengan larangan makan, itu bukan berarti jika tidak dimakan maka boleh. Kata *makan* digunakan karena biasanya penggunaan harta yang paling mendesak adalah untuk makan, dan kalau yang sangat mendesak saja sudah terlarang, maka lebih-lebih yang tidak mendesak.<sup>38</sup>

Menurut Bahasa Arab asuransi dikenal dengan istilah *ta'min* yaitu penanggung dan *dhoman* yaitu menjamin.<sup>39</sup> Sedangkan menurut Kamus Bahasa Indonesia (KBBI) asuransi adalah pertanggungan, perjanjian pihak yang satu akan membayar pada pihak yang lain ganti rugi bila terjadi kecelakaan, kebakaran,

---

<sup>37</sup> Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan dan Kesorasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati), hlm. 320.

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 321.

<sup>39</sup> Atiq, *Kamus Arab Lengkap (Arab-Indonesia, Indonesia-Arab)* (Surabaya: Nidya Pustaka), hlm. 289.

kematian dan sebagainya, uang yang dibayarkan kepada perusahaan asuransi yang mempertanggungkan.<sup>40</sup>

Moh. Ma'sum Billah sebagaimana dikutip dalam buku wirdyaningsih memaknakan tafakul dengan : “*mutual guarantee provided by a group of people living in the same society against a defined risk or catastrophe befalling one's life, property or any form valuable things.*”<sup>41</sup>

#### **b. Menurut Fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia) Tentang Asuransi**

Majelis Ulama Indonesia pada tanggal 16 Desember 2003 telah mengeluarkan Fatwa haramnya bunga yang ditarik oleh perusahaan asuransi yang mengelola dana premi melalui deposito di bank konvensional. Untuk mendukung penerapan operasional asuransi syariah di Indonesia. Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah mengeluarkan Fatwa No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum asuransi syariah, Fatwa No. 51/DSN-MU/III/2006 tentang akad *mudharabah musyarakah* pada asuransi syariah, Fatwa No. 52/DSN-MUI/III/2006 tentang akad *wakalahbilujrah* pada asuransi dan reasuransi syariah, Fatwa No. 53/DSN-MUI/III/2006 tentang akad *tabarru'* pada asuransi syariah.<sup>42</sup>

#### **c. Jenis-Jenis Asuransi**

---

<sup>40</sup> Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia, 2003), hlm. 65.

<sup>41</sup> Wirdyaningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007), hlm. 221-223.

<sup>42</sup> *Ibid.*, hlm. 202.



Adapun jenis-jenis bidang usaha di bidang perasuransian di Indonesia yaitu:<sup>43</sup>

- 1) Asuransi kerugian, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan, manfaat dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.
- 2) Asuransi jiwa, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam pertanggungan yang dikaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang dipertanggungkan.
- 3) Re-Asuransi, yaitu perjanjian asuransi yang memberikan jasa dan pertanggungan ulang terhadap risiko yang dihadapi oleh perusahaan asuransi kerugian di perusahaan asuransi jiwa.

#### **d. Asuransi Konvensional**

Ada beberapa ciri asuransi konvensional, diantaranya adalah sebagai berikut:<sup>44</sup>

- 1) Akad asuransi ini adalah akad *mu'awadhah*, yaitu akad yang pihak-pihak yang berakad dapat mengambil pengganti dari apa yang telah diberikannya.
- 2) Akad asuransi adalah akad *gharar* karena masing-masing pihak penanggung dan tertanggung pada waktu melangsungkan akad tidak mengetahui jumlah yang dia ambil.

---

<sup>43</sup> Kwat Ismanto, *Asuransi Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 35.

<sup>44</sup> Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), hlm. 146-147.

3) Akad asuransi ini adalah akad *idz'an* (penundukan). Pihak yang kuat adalah perusahaan asuransi karena dialah yang menentukan syarat-syarat yang tidak dimiliki tertanggung.

Melibatkan diri kedalam asuransi merupakan salah satu ikhtiar untuk menghadapi masa depan dan masa tua. Akan tetapi, karena masalah asuransi ini tidak dijelaskan secara tegas dalam *nash*, masalahnya dipandang sebagai masalah *ijtihadi*, yaitu masalah yang mungkin masih di perdebatkan dan tentunya perbedaan pendapat sukar dihindari.

Di kalangan umat Islam ada anggapan bahwa asuransi itu tidak Islami dan orang-orang yang melakukan asuransi sama halnya dengan orang yang menghindari rahmat Allah. Allah menentukan segalanya dan memberikan rezeki kepada makhluknya.<sup>45</sup>

Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam surat Hud ayat 6:

سَتَقَرَّهَا وَيَعْلَمُ رِزْقَهَا اللَّهُ عَلَىٰ إِلَّا الْأَرْضِ فِي دَابَّةٍ مِنْ وَمَا

مُبِينٍ كَتَبَ فِي كُلِّ وَهُوَ مُسْتَوْدَعَهُمْ

Artinya: “Dan tidak suatu binatang melata pun di Bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan dia mengetahui

---

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm. 147.

tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya, semuanya tertulis dalam kitab yang nyata.” (Q.S Hud: 6).<sup>46</sup>

Dalam tafsir Al-Azhar oleh Hamka ayat di atas menjelaskan bahwa yang melata diatas bumi tidak usah khawatir akan kekurangan rezeki, sebab Allah sudah menyediakannya. Kalimat *daab batin* diartikan dengan melata, yaitu segala yang berjalan, merangkak, merayap, menjalar. Sebab itu masuklah di dalamnya sekalian manusia, sekalian binatang berkaki empat, segala binatang yang berkaki banyak, sampai beratus-ratus kaki, demikian juga serangga, katak, burung-burung, cacing, ikan-ikan, udang, belalang, lipas, kapuyuk, kepinding, nyamuk dan lain-lain. semuanya itu terkumpul dalam kata daab batin. Dan semuanya sudah ketentuan rezekinya dari Tuhan, dan sudah tersedia makanan yang akan dimakannya. Atas Allah-lah rezekinya, artinya Allah telah mewajibkan keatas diri-Nya sendiri buat menyediakan rezeki itu. Dan rezeki itu diberikan dengan teratur sekali. Seluruh isi bumi ini adalah persediaan yang cukup bagi makanan seluruh makhluk yang hidup di sini.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Alqur'an dan Terjemahannya*, Djuz 11-Djuz 20 hlm. 327.

<sup>47</sup> Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: Yayasan Nurul Islam), hlm. 15-16.

Menurut pendapat ahli tafsir atau ulama tentang asuransi yaitu:<sup>48</sup>

- 1) Mengharamkan asuransi dalam segala macam dan bentuknya seperti sekarang ini, termasuk asuransi jiwa. Pendapat ini dikemukakan Sayyid Sabiq, Karena asuransi pada hakikatnya sama dengan judi, mengandung unsur tidak jelas dan tidak pasti.
- 2) Membolehkan semua asuransi dalam praktiknya dewasa ini. Pendapat ini dikemukakan oleh Abdul Wahab Khalaf, Muhammad Yusuf Musa alasannya karena tidak ada nash Al-quran maupun nash Al-hadits yang melarang asuransi.

Jadi dapat disimpulkan bahwa asuransi adalah perjanjian antara penanggung dan tertanggung untuk menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian yang telah diderita oleh tertanggaung karena suatu peristiwa yang tidak tentu.

#### **e. Perbandingan antara Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional**

Konsep asuransi Islam berbeda dengan konsep asuransi konvensional. Dengan perbedaan konsep ini, tentunya akan memengaruhi operasionalnya yang dilaksanakan akan berbeda satu dengan lainnya. Berikut adalah perbedaan antara asuransi syariah

---

<sup>48</sup> Hendi Suhendi, *Op. Cit.*, hlm. 310.

dan konvensional yang dikemukakan oleh Muhammad Syakir Sula.<sup>49</sup>

**Tabel III**  
**Perbandingan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional**

| No | Prinsip            | Asuransi Konvensional   | Asuransi Syariah  |
|----|--------------------|---|---|
| 1. | Konsep             | Perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan pergantian kepada tertanggung.                 | Sekumpulan orang yang saling membantu, saling menjamin, dan bekerja sama, dengan cara masing-masing mengeluarkan dana <i>tabarru'</i> .   |
| 2. | Asal-usul          | Dari masyarakat Babilonia 4000-3000 SM yang dikenal dengan perjanjian Hammurab. Dan tahun 1668 M di <i>Coffe House</i> London berdirilah <i>Lloydof</i> London sebagai cikal bakal asuransi konvensional. | Dari <i>Al-Aqidah</i> , kebiasaan suku Arab jauh sebelum Islam datang, kemudian disahkan oleh Rasulullah menjadi hukum Islam, bahkan telah tertuang dalam konstitusi pertama di dunia (konstitusi madina) yang dibuat langsung oleh Rasulullah. |
| 3. | Sumber hukum       | Bersumber dari pikiran manusia dan kebudayaan, berdasarkan hukum positif, hukum alami, dan contoh sebelumnya.   | Bersumber dari wahyu Ilahi, sumber hukum dalam syariah Islam adalah Al-Qur'an, Sunnah atau kebiasaan rasul, <i>ijma'</i> , fatwa sahabat, <i>qiyas</i> , <i>istihsan</i> , <i>'urf</i> "tradisi", dan <i>mashalih mursalah</i> .                |
| 4. | " <i>Maghrib</i> " | Tidak selaras   | Bersih dari adanya  |

<sup>49</sup> Wirduyaningsih, *Op. Cit.*, hlm. 232.

|    |                                    |  |   |
|----|------------------------------------|--|---|
|    | ( <i>Maisir, Gharar dan Riba</i> ) | dengan syariah Islam karena adanya <i>maisir, gharar, dan riba</i> , hal yang diharamkan dalam muamalah.             | praktik <i>gharar, maisir, dan riba</i> .   |
| 5. | DPS (Dewan Pengawas Syariah)       | Tidak ada, sehingga dalam banyak praktiknya bertentangan dengan kaidah-kaidah <i>syara'</i> .                        | Ada, yang berfungsi untuk mengawasi pelaksanaan operasional perusahaan agar terbebas dari praktik-praktik muamalah yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.  |
| 6. | Akad                               | Akad jual-beli (akad <i>mu'awadhah</i> , akad <i>idz'aam</i> , akad <i>gharra</i> , dan akad <i>mulzim</i> ).        | Akad <i>tabarru'</i> dan akad <i>tijarah (mudharabah, wakalah, wadiyah, syirkah, dan sebagainya)</i> .  |
| 7. | Jaminan/Risk (Risiko)              | <i>Transfer of risk</i> , dimana terjadi transfer risiko dari tertanggung kepada penanggung.                         | <i>Sharing of risk</i> , dimana terjadi proses saling menanggung antara satu peserta dengan peserta lainnya ( <i>ta'awun</i> ).   |
| 8. | Pengelolaan dana                   | Tidak ada pemisahan dana, yang berakibat pada terjadinya dana hangus (untuk produk <i>saving-life</i> ).             | Pada produk-produk <i>saving (life)</i> terjadi pemisahan dana, yaitu dana <i>tabarru'</i> "derma" dan dana peserta, sehingga tidak mengenal istilah dana hangus. Sedangkan untuk <i>turn instrumance (life)</i> dan <i>general instrumance</i> semuanya bersifat <i>tabarru'</i> . |
| 9. | Investasi                          | Bebas melakukan investasi dalam batas-batas ketentuan perundang-undangan, dan tidak terbatas pada halal dan haramnya | Dapat melakukan investasi sesuai ketentuan perundang-undangan. Sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bebas dari riba dan tempat-   |

|     |                         |  |   |
|-----|-------------------------|--|---|
|     |                         | objek atau sistem investasi yang digunakan.  | tempat investasi yang terlarang.  |
| 10. | Kepemilikan dana        | Dana yang terkumpul dari premi peserta seluruhnya menjadi milik perusahaan. Perusahaan bebas menggunakan dan menginvestasikan kemana aja.  | Dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi, merupakan milik peserta ( <i>shohibulmal</i> ), asuransi syariah hanya sebagai pemegang amanah ( <i>mudharib</i> ) dalam mengelola dana tersebut.  |
| 11. | Unsur premi             | Unsur premi terdiri dari tabel mortalita ( <i>mortality tables</i> ), bunga ( <i>interest</i> ), biaya-biaya asuransi ( <i>cost of insurance</i> ).  | Iuran atau kontribusi terdiri dari unsur <i>tabarru'</i> dan tabungan yang tidak mengandung unsur riba. <i>Tabarru'</i> juga dihitung dari tabel mortalita, tetapi tanpa perhitungan bunga teknik.  |
| 12. | <i>Loading</i>          | <i>Loading</i> pada asuransi konvensional cukup besar terutama diperuntukkan untuk komisi agen, bisa menyerap premi tahun pertama dan kedua. Karena itu, nilai tunai pada tahun pertama dan kedua biasanya belum ada (masih hangus). | Pada sebagian asuransi syariah, <i>loading</i> (komisi agen) tidak dibebankan pada peserta tapi dari dana pemegang saham. Namun, sebagian yang lainnya mengambilkan dari sekitar 20-30 % saja dari premi tahun pertama. Dengan demikian, nilai tunai tahun pertama sudah terbentuk. |
| 13. | Sumber pembayaran klaim | Sumber biaya klaim adalah dari rekening perusahaan, sebagai konsekuensi penanggung terhadap  | Sumber pembayaran klaim diperoleh dari rekening <i>tabarru'</i> , yaitu peserta saling menanggung. Jika salah satu peserta mendapat musibah, maka peserta lainnya ikut  |

|     |                              |  |   |
|-----|------------------------------|--|---|
|     |                              | tertanggung. Murni bisnis dan tidak ada nuansa spiritual.  | menanggung bersama risiko.  |
| 14. | Sistem akuntansi             | Menganut konsep akuntansi <i>accrual basis</i> , yaitu proses akuntansi yang mengakui terjadinya peristiwa atau keadaan non kas. Dan, mengakui pendapatan, peningkatan <i>asset</i> , <i>expenses</i> , <i>liabilities</i> dalam jumlah tertentu yang baru akan diterima dalam waktu yang akan datang. | Menganut konsep akuntansi <i>cash basis</i> , mengakui apa yang benar-benar telah ada, sedangkan <i>accrual basis</i> dianggap bertentangan dengan syariah karena mengakui adanya pendapatan, harta, baban, atau utang yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Sementara apakah itu benar-benar dapat terjadi hanya Allah yang tahu. |
| 15. | Keuntungan ( <i>Profit</i> ) | Keuntungan yang diperoleh dari <i>surplus underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi seluruhnya adalah keuntungan perusahaan.   | <i>Profit</i> yang diperoleh dari <i>surplus underwriting</i> , komisi reasuransi, dan hasil investasi, bukan seluruhnya menjadi milik perusahaan, tetapi dilakukan bagi hasil ( <i>mudharabah</i> ) dengan peserta.  |
| 16. | Misi dan Visi                | Secara garis besar misi utama dari asuransi konvensional adalah misi ekonomi dan misi sosial.  | Misi yang di emban dalam asuransi syariah adalah misi aqidah, misi ibadah ( <i>ta'awun</i> ), misi ekonomi ( <i>iqtishodl</i> ), dan misi pemberdayaan umat (sosial). <sup>50</sup>   |

## B. Penelitian Terdahulu

---

<sup>50</sup> *Ibid.*, hlm. 233-234.



Penelitian terdahulu merupakan acuan yang peneliti gunakan dalam melaksanakan penelitian serta memperkuat teori yang digunakan dalam mengkaji dilakukan. Penelitian terdahulu adalah kejadian terhadap teori-teori hasil penelitian.<sup>51</sup>

Penelitian terdahulu merupakan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh para ahli terdahulu sebelum penelitian ini. Hasil penelitian tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini, baik variabel-variabel terkait dan asumsi-asumsi relevan dari hasil penelitian tersebut.

Adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian terdahulu yaitu:<sup>52</sup>

1. Peneliti menjadi jelas terhadap masalah yang dihadapi.
2. Mengetahui dengan pasti apa yang akan diteliti.
3. Tahu di mana / kepada siapa informasi dapat diperoleh.
4. Tahu bagaimana cara memperoleh data atau informasi.
5. Dapat menentukan cara yang tepat untuk menganalisis data.
6. Tahu bagaimana harus mengambil kesimpulan serta memanfaatkan hasil.
7. Menjadi yakin bahwa penelitiannya perlu dan dapat dilaksanakan.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

---

<sup>51</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011). hlm. 66.

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 84.

**Tabel IV**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti   | Judul Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|---|--|--|
| 1. | Julia Puji Afrianty, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013 | Strategi Bauran Pemasaran Produk Mitra Iqra' di AJB Bumiputera 1912 Divisi Asuransi Jiwa Syariah                                       | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa evaluasi strategi bauran pemasaran produk Mitra Iqra' Asuransi Bumiputera Syariah yaitu produknya menjadi produk utama, harganya bersaing dengan asuransi yang lain, distribusi cukup baik, dan promosinya harus diperluas.   |
| 2. | Danu Suprayogi, Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018              | Penerapan Strategi Pemasaran di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung dalam Meningkatkan Penjualan Produk Assalam Family | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera dalam meningkatkan penjualan produk Assalam Family yaitu pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing, misal di Perusahaan-perusahaan, Sekolah-sekolah, Desa-desa dll. Kedua, merekrut Agen sebanyak-banyaknya untuk menjual produk Assalam tersebut. Semakin banyak Agen yang di rekrut, maka peluang untuk meningkatkan penjualan semakin besar. Ketiga, |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
|    |  |   | <p>meningkatkan kinerja di bagian marketing. Keempat, memberikan harga yang masuk akal yang sesuai standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing masalah harga dengan perusahaan lain. Kelima, memanfaatkan teknologi di zaman modern ini, maksudnya PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera memasarkan produk Assalam Family secara online lewat internet dan sosial media.</p>  |
| 3. | Dini Nur Haq, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020 | <p>Analisis Strategi Pemasaran Agen Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Cabang Ponorogo dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran oleh agen ada beberapa yang sudah sesuai dengan teori strategi bauran pemasaran namun ada beberapa hal yang belum diterapkan oleh agen. Pada produk sudah sesuai, dengan manfaat yang diberikan produk. <i>Price</i> sesuai dengan premi pada produk, <i>place</i> sangat strategi dan mudah dijangkau, <i>Promotion</i> selalu untuk nasabah lama dan calon nasabah, <i>People</i> yang berperan penting adalah seorang agen, <i>Process</i> yang dilakukan sudah sangat jelas, <i>Physical Evidence</i> yaitu ada</p> |

|  |  |  |                                |
|--|--|--|--------------------------------|
|  |  |  | fasilitas dan sarana yang ada. |
|--|--|--|--------------------------------|

Penelitian terdahulu dicantumkan sebagai gambaran umum setiap penelitian dan rapat bermanfaat untuk memperkuat teori. Dan penelitian terdahulu biasanya memiliki perbedaan dan persamaan. Maka perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu diatas dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Julia Puji Afrianty yaitu sama-sama meneliti Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Julia Puji Afrianty meneliti di AJB Bumiputera 1912 Divisi Asuransi Jiwa Syariah sedangkan penelitian ini meneliti di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.
2. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dini Nur Haq yaitu sama-sama meneliti Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Dini Nur Haq meneliti di Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Cabang Ponorogo sedangkan penelitian ini meneliti di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.
3. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Danu Suprayogi yaitu sama-sama meneliti Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*), sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada lokasi penelitian. Danu Suprayogi meneliti di

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Bandar Lampung sedangkan penelitian ini meneliti di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini beralokasi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Kenanga No. 38, Wek II, Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711. Penelitian ini dilakukan mulai bulan Maret 2020 sampai Desember 2020.

##### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Kirk dan Miller yang dikutip dalam buku Ahmad Nizar Rangkuti metode kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya.<sup>53</sup>

Menurut sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.<sup>54</sup> Pendekatan ini ditentukan berdasarkan pertimbangan bahwa penelitian ini bertujuan untuk

---

<sup>53</sup> Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Cita Pustaka Media, 2014), hlm. 18.

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 122.

menggambarkan bagaimana strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

### C. Subjek Penelitian

Dalam pendekatan kualitatif, ada beberapa istilah yang digunakan untuk menunjuk subjek penelitian. Ada yang mengistilahkan *informan* karena memberikan informasi tentang suatu kelompok atau entitas tertentu, dan *informan* tidak diharapkan menjadi representasi dari kelompok atau entitas tersebut.<sup>55</sup>

Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Dalam hal penelitian ini yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah karyawan atau pihak yang mengetahui tentang objek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi *Key Informan* atau pemberi informasi yang akurat adalah Dede Purnomo selaku *Staf Administrasi*, Herman selaku *Supervisor* dan Eddy Agus P Simanjuntak selaku *Kepala Cabang* pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan yang turut membantu dan memberikan informasi pada penelitian ini. Sedangkan yang menjadi *Secondary Informan* dalam penelitian ini adalah nasabah yang turut membantu memberikan informasi pada penelitian ini tentang strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

---

<sup>55</sup> Beni Ahmad Saebani dan Yana Sutisna, *Metode Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Media, 2018), hlm. 137-138.

## D. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun yang dimaksud dengan data primer dan data sekunder adalah:

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau hubungannya dengan objek yang diteliti. Data primer dalam penjelasan ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dengan karyawan dan nasabah di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran, serta dokumentasi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah di olah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.<sup>56</sup> Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa data pendukung yang diperoleh dari buku, jurnal, artikel, dan sumber lain yang relevan dengan pokok masalah dalam penelitian ini yaitu strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

---

<sup>56</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 78.



## E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *interview* (wawancara). wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Dan melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden yang berada di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>57</sup>

### 1. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan.<sup>58</sup> Pada umumnya terdapat dua jenis metode wawancara, yaitu wawancara yang tidak terstruktur (bebas) dan wawancara yang terstruktur (terpimpin = tidak bebas). Atau wawancara dapat terbagi menjadi wawancara bebas (*unguideinterview*) dan wawancara tidak bebas atau terpimpin (*guideninterview*).

---

<sup>57</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019), hlm. 31-32.

<sup>58</sup> Suharsimi Arikunto, *Op.Cit.*, hlm. 172.

Adapun jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena dalam melakukan wawancara, peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan peneliti mencatatnya.

## 2. Observasi

Observasi yang dilakukan disini adalah observasi langsung atau pengamatan langsung, yaitu cara pengumpulan data berdasarkan pengamatan yang menggunakan mata atau telinga secara langsung tanpa melalui alat bantu yang terstandar.<sup>59</sup> Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung terhadap analisis perbandingan asuransi syariah dengan asuransi konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

## 3. Dokumentasi

Dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang ada, yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini, melalui buku, artikel, brosur, majalah, internet, dokumen, peraturan-peraturan, dan catatan harian yang berhubungan dengan pokok pembahasan. Teknik

---

<sup>59</sup> Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.*, hlm. 33.

ini digunakan untuk mengambil data internal perusahaan seperti sejarah perusahaan, profil perusahaan dan struktur organisasi.<sup>60</sup>

## **F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

Adapun teknik pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:<sup>61</sup>

### **1. Teknik pengolahan data**

Teknik pengolahan data penelitian ini dilakukan dalam bentuk deskriptif yang sering disebut kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan objek sesuai dengan apa yang berusaha menggambarkan adanya dan sering disebut dengan penelitian yang tidak menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

### **2. Teknik analisis data**

Analisis data ialah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Data atau informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian akan dianalisis secara kontiniu setelah dibuat catatan lapangan untuk menemukan tema budaya atau makna perilaku subjek penelitian. Analisis data terdiri dari tiga sub proses yang saling terhubung.

---

<sup>60</sup> Asnawi Nur dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS 2011), hlm. 163.

<sup>61</sup> Salim dan Syahrums, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2007), hlm.145-150.

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi berbagai bentuk jenis matriks, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan. Penyajian data merupakan bagian dari proses analisis.

c. Kesimpulan dan Verifikasi

Kegiatan menyimpulkan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara

perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi teman sejawat, dan pengecekan anggota.

### **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Yang dimaksud dengan keabsahan data ialah bahwa setiap keadaan harus memenuhi:<sup>62</sup>

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar.
2. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan.
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya.

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti berpedoman kepada pendapat Lexy Moleong, yang dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu:

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan. Dalam hal ini, peneliti akan langsung terjun kelokasi penelitian guna mendeteksi dan memperhitungkan distorsi.

---

<sup>62</sup> Lexi J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017), hlm. 320.

## 2. Ketekunan pengamatan

Bertujuan untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang di cari, kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

## 3. Triangulasi

Triangulasi adalah informasi yang diperoleh dari beberapa sumber diperiksa silang antara data wawancara dengan data pengamatan (observasi) dan dokumen. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan kembali dengan mewawancarai informan penelitian kembali kelapangan guna memverifikasi ulang hasil wawancara.<sup>63</sup>

Beberapa macam triangulasi data sendiri menurut Denzin dalam Moleong yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori, ada bberapa macam yaitu:

### a. Triangulasi sumber

Triangulasi ini membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berada dalam metode kualitatif.

---

<sup>63</sup> *Ibid.*, hlm. 324.

b. Triangulasi penyidikan

Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.

c. Triangulasi teori

Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.<sup>64</sup>

Dari tiga macam teknik triangulasi di atas, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek informasi/data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan. Kemudian data tersebut ditanyakan kepada informan lain yang masih terkait satu sama lain, penggunaan metode triangulasi ini dilakukan untuk mendapatkan jawaban yang lebih jelas.

4. Menggunakan Bahan Referensi

Menggunakan bahan referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti. Sebagai contohnya, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya data tentang interaksi manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu

---

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 326.

didukung oleh foto-foto, dan dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera 1912 atau lebih dikenal sebagai AJB Bumiputera 1912 adalah perusahaan asuransi jiwa nasional milik bangsa Indonesia yang pertama dan tertua. Didirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang Jawa- Tengah atas prakarsa seorang guru sederhana bernama M. Ng. Dwidjosewojo – Sekretaris Persatuan Guru Hindia Belanda (PGHB) sekaligus Sekretaris Pengurus Besar Budi Utama.<sup>65</sup>

Gagasan pendirian perusahaan asuransi jiwa ini, terdorong oleh keprihatinan mendalam terhadap nasib para guru bumiputera (Pribumi). Dalam pendirian tersebut M. Ng. Dwidjosewojo dibantu bersama dua orang guru lainnya yaitu MKH. Soebroto dan M. Adimidjojo.

Tidak seperti perusahaan berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang kepemilikannya hanya oleh pemodal tertentu. Sejak awal pendiriannya Bumiputera sudah menganut sistem kepemilikan dan kekuasaan yang unik, yakni bentuk badan usaha “mutual” atau “usaha bersama”.

---

<sup>65</sup> PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

Semua pemegang polis adalah pemilik perusahaan yang mempercayakan wakil-wakil mereka di Badan Perwakilan Anggota (BPA) untuk mengawasi jalannya perusahaan. Perjalanan Bumiputera kini mencapai 9 dasawarsa (95 tahun). Perjalanan panjang itu tentu saja tidak lepas dari pasang surut. Memasuki milenium ketiga, Bumiputera mempunyai jaringan lebih dari 600 kantor yang tersebar diseluruh pelosok Indonesia.

**Tabel V**  
**Daftar Jumlah Pegawai atau Karyawan Pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

| No     | Tenaga Kerja                                 | Jumlah Tenaga Kerja |
|--------|--|---------------------|
| 1.     | Kepala Cabang                                | 1                   |
| 2.     | Kepala Unit Administrasi dan Keuangan (KUAK) | 1                   |
| 3.     | Supervisor                                   | 4                   |
| 4.     | Agen Pengutip                                | 7                   |
| 5.     | Agen Produksi                                | 4                   |
| 6.     | Staf Administrasi                            | 1                   |
| 7.     | Kasir  | 1                   |
| Jumlah |  | 16                  |

**Sumber: PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.**

## 2. Visi, Misi dan Nilai-nilai Asuransi

Dalam rangka mendukung penciptaan tujuan perusahaan, maka PT. Asuransi Jiwa Bumiputera memandang perlu untuk menentukan visi dan misi.<sup>66</sup> Adapun yang menjadi visi dan misi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan adalah:

- a. Visi: Bumiputera ingin menjadi Asuransinya Bangsa Indonesia.

---

<sup>66</sup> Brosur PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

b. Misi: Menjadikan Bumiputera senantiasa berada dibenak dan hati masyarakat Indonesia, dengan:

- 1) Memelihara keberadaan Bumiputera sebagai perusahaan perjuangan bangsa Indonesia.
- 2) Mengembangkan koperasi dan kooperasi yang menerapkan prinsip dasar gotong royong.
- 3) Menciptakan berbagai produk dan layanan yang memberikan manfaat optimal bagi komunitas Bumiputera.
- 4) Mewujudkan perusahaan yang berhasil secara ekonomi dan sosial.<sup>67</sup>

### **3. Profil PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan**

PT. Asuransi Jiwa Bumiputera diresmikan dan berkembang sampai sekarang mempunyai banyak cabang diseluruh provinsi yang terutama yaitu PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan yang beralamat di Jalan Kenanga Nomor 38 Wek 2 Padangsidimpuan Utara, Kota Padangsidimpuan Provinsi Sumatera Utara. Letak PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan sangat strategis di kota Padangsidimpuan sangat dekat dari pusat perbelanjaan dengan lokasi yang ini sangat mudah dijangkau oleh nasabah yang ingin bertransaksi pada PT. Asuransi Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

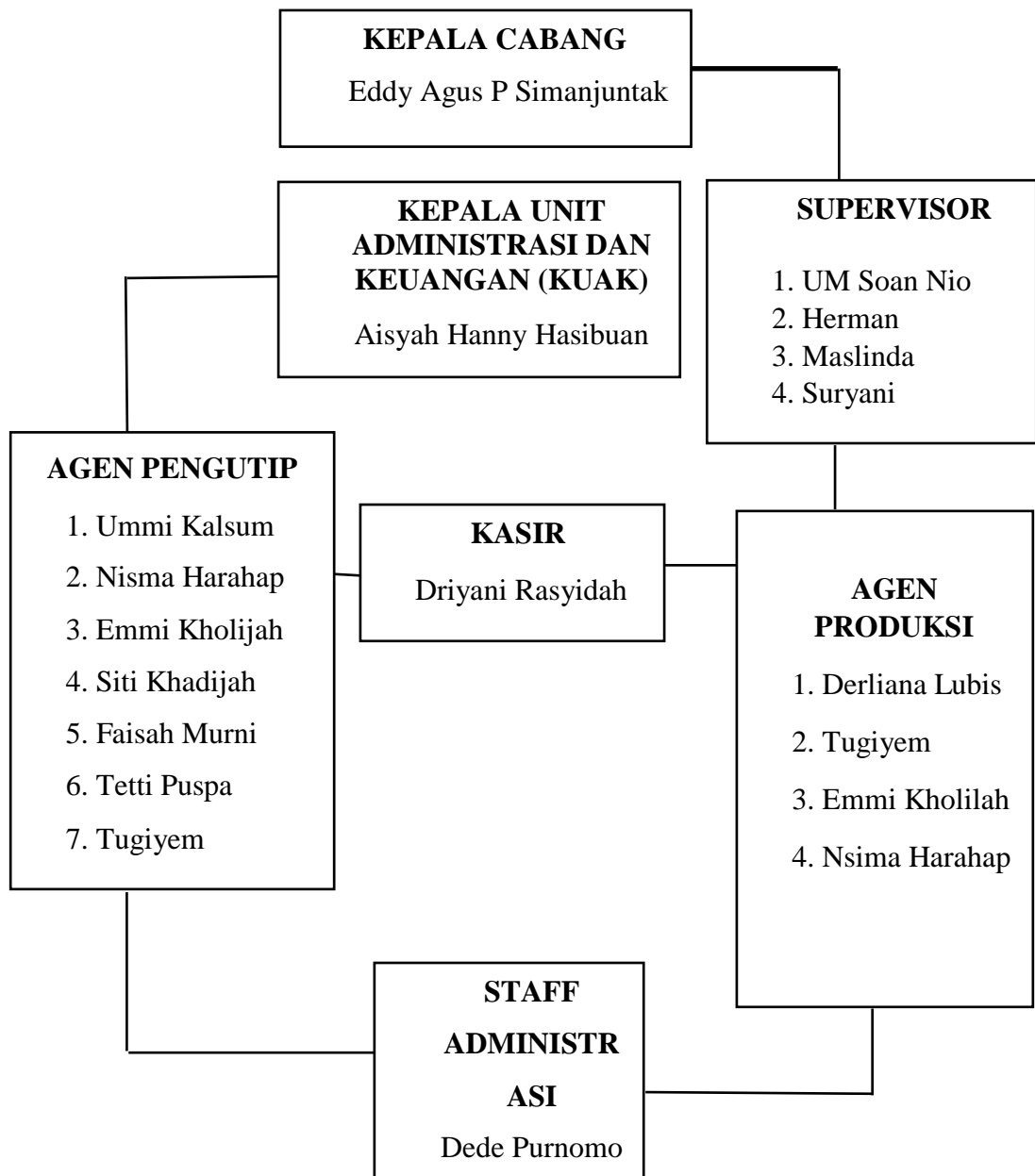
<sup>68</sup> Dokumentasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

#### **4. Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan**

Berikut merupakan gambaran struktur organisasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Dokumentasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan



## 5. Produk-Produk PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan<sup>70</sup>

### a. Produk pada Asuransi Jiwa Konvensional

- 1) Mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia) yaitu dengan ketentuan perlindungan/dana duka untuk semua anggota keluarga mulai dari usia 1 tahun sampai 64 tahun.
- 2) Mitra Beasiswa yaitu rancangan khusus dana kelangsungan pendidikan teruntuk.
- 3) Mitra Proteksi Mandiri yaitu dana investasi dan perlindungan teruntuk.

### b. Produk pada Asuransi Jiwa Syariah

- 1) *Mitra Iqra' Plus* yaitu produk ini dinamai mitra *iqra* terkandung maksud, agar anak – anak yang diambilkan program pendidikan lewat bumiputera syari'ah kelak bisa mengikuti sifat – sifat dan ketauladanan Nabi besar Muhammad S.A.W.
- 2) *Mitra Mabror Plus* yaitu produk mitra mabrur dirancang secara khusus untuk memprogram kebutuhan dana saat menunaikan ibadah haji ke tanah suci.

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

---

<sup>70</sup> Observasi, pada PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, pada tanggal 02 November 2020.

## **1. Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

Strategi *marketing mix* merupakan kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Setiap perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya apalagi kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan dengan memperhatikan satu komponen dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.<sup>71</sup>

Untuk mencapai sasaran yang sudah ditentukan dan ingin dicapai oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan maka strategi pemasaran yang dilakukan adalah strategi penetrasi pasar, strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran perusahaan. Alasan yang memperkuat PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan menggunakan metode ini adalah karena produk pada asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional belum dikenali dan pesaing lebih intensif menggarap konsumen. Strategi penetrasi pasar yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa

---

<sup>71</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004), hlm. 119.

Bumiputera Cabang Padangsidempuan dalam meningkatkan jumlah nasabahnya dipadukan dengan bauran pemasaran.

**a. Product (produk)**

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, beliau menuturkan bahwa:

Produk pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera dalam setiap tahunnya berubah-ubah, sehingga produk asuransi jiwa syariah saat ini ada dua yaitu: *Mitra Iqra' Plus* dan *Mitra Mabru Plus*, dengan memiliki tiga akad yaitu: akad *tabarru'*, akad *wakalah bil ujah*, dan akad *mudharabah*.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pimpinan cabang di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, beliau menuturkan bahwa:

Adapun produk dari asuransi jiwa konvensional saat ini setelah perubahan ada tiga yaitu: Mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia), Mitra Beasiswa dan Mitra Proteksi Mandiri, dengan memiliki tiga akad ataupun tiga unsur yaitu: premi *saving* atau tabungan, proteksi atau perlindungan, dan premi biaya<sup>73</sup>

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu nasabah asuransi, beliau telah menggunakan produk asuransi ini sudah berjalan selama 1 tahun dan mengatakan bahwa produk asuransi ini

---

<sup>72</sup> Dede Purnomo, *Staff Administrasi*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.00.

<sup>73</sup> Eddy Agus P, *Pimpinan Cabang*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.30.



sangat cocok untuk dijadikan sebagai persiapan kita untuk menghindari resiko yang mungkin terjadi di masa mendatang.<sup>74</sup>

**b. Price (harga/premi)**

PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan menawarkan beberapa produk dengan premi masing-masing dimana pada produk asuransi syariah memiliki premi atau kontribusi seharga Rp100.000,00 yang berlaku selama 1 tahun sejak tanggal registrasi aktivitas berhasil dilakukan dan kontribusi telah dibayarkan. Dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>75</sup>

- 1) Jika pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp5.000.000,00
- 2) Jika pasangan dari pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp4.000.000,00
- 3) Jika anak kandung dari pemegang polis/pasangan belum menikah dan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp2.000.000,00
- 4) Tidak ada pembayaran apapun jika polis telah melewati masa asuransi.

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Maria Ulfah selaku nasabah di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, Pada tanggal 03 Januari 2021.

<sup>75</sup> Dokumentasi Asuransi Jiwa Bumiputera: Brosur PT. Asuransi Jiwa Bumiputera tentang Asuransi Jiwa Syariah.

Sedangkan pada produk asuransi konvensional memiliki premi atau kontribusi masing-masing, yaitu sebagai berikut:<sup>76</sup>

- a) Pada produk mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia) memiliki biaya administrasi atau biaya premi sebesar Rp50.000,00 dan maximum Rp250.000,00 dalam setahun, dengan ketentuan:

**Tabel VI**  
**Biaya Administrasi Produk Mitra ASRI**

| Pilihan Paket                      | Alternatif Pilihan |           |           |           |           |
|------------------------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                                    | 50.000             | 100.000   | 150.000   | 200.000   | 250.000   |
| Biaya Administrasi                 |                    |           |           |           |           |
| Santunan dana duka kepala keluarga | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 | 8.000.000 |
| Santunan dana duka istri           | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 | 8.000.000 |
| Santunan dana duka setiap anak     | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 | 8.000.000 |

- b) Dalam produk asuransi mitra beasiswa apabila uang pertanggungan sebesar Rp10.000.000,00 bisa melakukan premi triwulan sebesar Rp317.980,00 premi semesteran sebesar Rp623.730,00 premi tahunan sebesar Rp1.223.000,00 premi sekaligus sebesar Rp14.477.874,00 dan premi tunggal sebesar Rp12.701.000,00
- c) Dan dalam produk mitra proteksi mandiri apabila uang pertanggungan sebesar Rp6.000.000,00 dengan melakukan premi bulanan sebesar Rp250.000,00

---

<sup>76</sup> Dokumentasi Asuransi Jiwa Bumiputera: Brosur PT. Asuransi Jiwa Bumiputera tentang Asuransi Jiwa Konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, beliau menuturkan bahwa:

Harga ataupun premi dari produk PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan kompetitif lebih murah dibanding kompetitor lainnya karena pesaing untuk asuransi jiwa sendiri hanya berasal dari luar perusahaan asuransi sementara di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan khusus menawarkan produk asuransi jiwa. Dan dalam produk asuransi syariah lebih terjangkau dibandingkan produk lainnya karena memiliki premi Rp100.000,00 dalam setahun dan seluruh anggota keluarga sudah di tanggung dengan memiliki manfaat yaitu: Jika pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp5.000.000,00 Jika pasangan dari pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp4.000.000,00 Jika anak kandung dari pemegang polis/pasangan belum menikah dan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp2.000.000,00.<sup>77</sup>

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu nasabah asuransi beliau menuturkan bahwa harga atau premi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan dalam produk asuransi syariah cukup murah karena hanya membayar premi Rp100.000,00 dalam setahun dan seluruh anggota keluarga sudah ditanggung.<sup>78</sup>

**c. Place (tempat)**

---

<sup>77</sup> Dede Purnomo, *Staff Administrasi*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, pada 02 November 2020 pukul 10.03.

<sup>78</sup> Maria Ulfah, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

Penelitian ini bertempat di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan Jl. Kenanga No. 38, Wek II, Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711, Indonesia. Pemilihan tempat atau lokasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan cukup strategis. Karena berada dekat dengan pusat kota , pusat perbelanjaan, dan berada di pinggir jalan. Sehingga memudahkan nasabah jika ingin melakukan transaksi.<sup>79</sup>

**d. Promotion (promosi)**

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu karyawan di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, beliau menuturkan bahwa sarana promosi yang digunakan PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional antara lain:

Promosi melalui penyebaran brosur, spanduk dan promosi dari mulut ke mulut. Melakukan penjualan secara pribadi (*personal selling*) melalui kontak langsung dengan para calon nasabahnya menjelaskan tentang produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional kepada nasabah secara rinci.<sup>80</sup>

Beberapa alat untuk promosi yang paling efektif yaitu *personal selling* dimana pada saat karyawan melayani nasabah baik

---

<sup>79</sup> Observasi, pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada tanggal 02 November 2020.

<sup>80</sup> Herman, *Supervisor*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.34.

dari asuransi syariah maupun asuransi konvensional tersebut *shering* dengan nasabah untuk meminta bantuan menawarkan produk kepada pihak terdekat atau orang lain yang dikenal oleh nasabah yang belum menjadi nasabah di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan agar dapat bergabung menjadi nasabah asuransi jiwa syariah dan nasabah asuransi jiwa konvensional.

Karena bagi sebagian orang yang sama sekali belum mengenal PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan akan susah untuk mengerti apa itu PT. Asuransi Jiwa Bumiputera dan produk-produknya. Namun jika memiliki contoh seorang teman yang telah menjadi nasabah dari PT. Asuransi Jiwa Bumiputera mereka akan lebih percaya dan mudah memahami asuransi jiwa syariah ataupun asuransi jiwa konvensional dan juga produk-produknya.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Eddy Agus P, Pimpinan Cabang, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.38.

**e. *People (orang)***

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu karyawan di PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, beliau menuturkan bahwa:

People (orang/sumber daya manusia) yang ada pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan sudah memadai dan memiliki karyawan-karyawan khusus, dimana karyawan dibagian Kepala Unit Administrasi dan Keuangan (KUAK) yaitu Aisyah Hanny Hasibuan, karyawan dibagian supervisor yaitu UM Soan Nio, Herman, Maslinda dan suryani, karyawan dibagian agen pengutip yaitu Ummi Kalsum, Nisma Harahap, Emmi Kholilah, Siti Khadijah, Faisah Murni, Tetti Puspa, dan Tugiyem, serta pada bagian agen produksi yaitu Derliana Lubis, Tugiyem, Emmi Kholilah, dan Nisma Harahap.<sup>82</sup>

**f. *Process (proses)***

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu karyawan di asuransi jiwa bumiputera, beliau menuturkan bahwa: proses untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan mudah dan cepat.<sup>83</sup>

Pada saat hendak menjadi nasabah asuransi jiwa syariah, nasabah harus memenuhi beberapa syarat yang telah ditetapkan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan. Syarat-syarat tersebut diperoleh oleh peneliti melalui wawancara dengan salah satu karyawan asuransi jiwa bumiputera.

---

<sup>82</sup> Dede Purnomo, *Staff Administrasi*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.11.

<sup>83</sup> Herman, *Supervisor*, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan, pada 02 November 2020 pukul 10.07.

Syaratnya yaitu sehat jasmanai dan rohani serta tidak sedang dalam perawatan di Rumah Sakit/perawatan lainnya, usia calon pemegang polis saat masuk asuransi 17 tahun sampai dengan 60 tahun, usia calon peserta saat masuk asuransi 2 bulan sampai dengan 60 tahun, melampirkan fotokopi KTP yang masih berlaku, membayar kontribusi, calon peserta yang didaftarkan harus tercantum dalam Kartu Keluarga (KK) yang berlaku.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pimpinan cabang di asuransi jiwa bumiputera beliau menuturkan bahwa: Setiap proses untuk mendapatkan bahwa dia itu pasti untuk menjadi peserta asuransi itu dinyatakan dengan polis, sementara polis itu di tunggu dari kantor pusat, karena kantor pusatlah yang melakukan pencetakan polis atau pencetakan kartu peserta, bagi nasabah yang sudah menunaikan kewajiban dengan membayar premi dan melengkapi administrasi.<sup>84</sup>

Berdasarkan wawancara peneliti dengan salah satu nasabah beliau menuturkan bahwa proses untuk menjadi peserta asuransi di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan sangat mudah akan tetapi prosesnya lumayan lama untuk mendapatkan kartu peserta asuransi jiwa tersebut.<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Eddy Agus P, Pimpinan Cabang, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, pada 02 November 2020 pukul 10.43.

<sup>85</sup> Maria Ulfah, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan.

**g. *Physical evidence* (saran fisik)**

Bagi setiap perusahaan, hal utama yang perlu diperhatikan adalah kenyamanan nasabah. Karena dengan melalui kenyamanan nasabah akan semakin sering untuk melakukan transaksi dengan perusahaan tersebut. Kenyamanan dapat juga diciptakan melalui *physical evidence*, dimana *physical evidence* merupakan kelengkapan fasilitas *tangible* yang tersedia dalam perusahaan.<sup>86</sup> Dimana fasilitas yang ada di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan yaitu:

- 1) Adanya kursi untuk antrian nasabah
- 2) Adanya parkir untuk para pengunjung
- 3) Adanya musholla dengan ruangan yang kecil atau cukup sempit

**2. Hambatan-hambatan dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan**

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pimpinan cabang, adapun hambatan yang dihadapi oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional yaitu mengenai masalah keuangan hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Eddy Agus P Simanjuntak:

---

<sup>86</sup> Observasi, pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, Pada tanggal 02 November 2020.



Hambatan yang kami dapatkan dalam mempromosikan produk asuransi jiwa konvensional dan asuransi jiwa syariah adalah terkendala di masalah keuangan, karena sebelum adanya masalah pandemi covid dan masalah keuangan perusahaan selama ini hampir tidak ada karena perusahaan Bumiputera memiliki nama yang besar dan merupakan perusahaan khusus Bumiputera, jadi saat ini perusahaan Bumiputera memiliki banyak kendala terutama masalah keuangan setelah adanya masalah pandemi covid.<sup>87</sup>

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, peneliti menganalisis hasil penelitian tentang strategi bauran pemasaran asuransi jiwa sebagai berikut:

#### a. *Product (produk)*

Produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan memang lebih pariatif dibanding dengan produk dari kompetitor lain. Karena pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan calon nasabah bisa memilih antara asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional, dan memiliki produk yang unggul yaitu produk asuransi jiwa syariah karena premi dari produk asuransi jiwa syariah lebih murah dibanding dengan premi dari produk asuransi jiwa konvensional dan produk asuransi jiwa syariah telah menanggung seluruh anggota keluarga dalam pembayaran satu tahun.

---

<sup>87</sup> Eddy Agus P, Pimpinan Cabang, Wawancara, di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan, pada 02 November 2020 pukul 10.00.

**b. Price (harga)**

Harga yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan di produk asuransi jiwa syariah relatif lebih murah dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh produk asuransi jiwa konvensional, karena harga pada produk asuransi jiwa syariah Rp100.000,00 dalam setahun dan seluruh anggota keluarga sudah di tanggung dengan memiliki manfaat yaitu: Jika pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp5.000.000,00 Jika pasangan dari pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp4.000.000,00 Jika anak kandung dari pemegang polis/pasangan belum menikah dan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris/penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp2.000.000,00 sedangkan harga pada produk asuransi jiwa konvensional yaitu pada produk mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia) memiliki biaya administrasi atau biaya premi sebesar Rp50.000,00 dan maximum Rp250.000,00 dalam setahun, dalam produk asuransi mitra beasiswa apabila uang pertanggungan sebesar Rp10.000.000,00 bisa melakukan premi triwulan sebesar Rp317.980,00 premi semesteran sebesar Rp623.730,00 premi tahunan sebesar Rp1.223.000,00 premi sekaligus sebesar Rp14.477.874,00 dan premi tunggal sebesar Rp12.701.000,00

dan dalam produk mitra proteksi mandiri apabila uang pertanggungan sebesar Rp6.000.000,00 dengan melakukan premi bulanan sebesar Rp250.000,00.

**c. *Place* (tempat)**

Menurut peneliti lokasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan cukup strategis karena lokasinya berada tepat di pusat kota, pusat perbelanjaan, dan berada dipinggir jalan sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

**d. *Promotion* (promosi)**

Menurut peneliti promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan masih kurang, karena jumlah nasabah Asuransi Jiwa Bumiputera mengalami penurunan jumlah nasabah, hal ini dapat dilihat dari tabel 1 yang terdapat di latar belakang penelitian. Promosi pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan harus ditingkatkan agar produk asuransi jiwa syariah dapat memiliki nasabah yang meningkat secara signifikan setiap tahunnya.

Jika promosi yang paling efektif adalah menjual produk secara pribadi atau langsung kepada nasabah dan juga *shering* dengan nasabah yang datang berkunjung dengan meminta bantuan nasabah agar ikut membantu promosi kepada pihak terdekatnya ataupun orang-orang yang mereka kenal, maka karyawan harus berperan lebih aktif

menjualkan produk tersebut secara langsung untuk bertatap muka kepada calon nasabah. Agar peningkatan nasabah jauh lebih derastis setiap tahunnya.

**e. *People (orang)***

Menurut Peneliti sumber daya manusia yang ada pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan sudah memadai. Terlihat pada struktur organisasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan memiliki karyawan yang cukup banyak dan semua karyawan ditempatkan di posisi mereka masing-masing.

**f. *Process (proses)***

Hasil penelitian menyatakan bahwa proses untuk menjadi peserta atau nasabah asuransi jiwa syariah dan nasabah asuransi jiwa konvensional mudah akan tetapi prosesnya cukup lama untuk mendapatkan kartu peserta bagi nasabah. Bagi nasabah yang telah melengkapi persyaratan semua proses akan berjalan dengan mudah. Peneliti setuju bahwa proses untuk menjadi peserta atau menjadi nasabah di asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional mudah cukup membawa fotocopy KTP, KK dan membayar uang administrasi yang telah ditentukan maka calon nasabah akan dapat menjadi peserta asuransi jiwa syariah maupun asuransi jiwa konvensional.

**g. *Physical evidence* (sarana fisik)**

Sarana fisik yang disediakan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan cukup baik dari ruangan yang bersih, nyaman dan fasilitas yang nyaman untuk menunggu antrian lainnya, memiliki tempat parkir untuk karyawan dan para pengunjung akan tetapi memiliki musholla yang cukup sempit ataupun kecil.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi bauran pemasaran yang dilakukan di PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan adalah meliputi 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Physical Evidence*. Strategi yang diandalkan oleh PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan dari *marketing mix* yaitu hanya harga atau premi dari produk asuransi jiwa syariah saja. Sedangkan strategi promosi di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan belum dilaksanakan dengan baik sehingga menyebabkan jumlah nasabah mengalami penurunan. Walaupun strategi harga dari produk asuransi jiwa syariah yang paling diandalkan namun strategi bauran pemasaran tersebut harus saling mendukung agar strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan yang ada semakin baik dan nasabahnya semakin meningkat secara signifikan dan terus mencapai target yang memuaskan setiap tahunnya.

#### **B. Saran**

1. PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan sebaiknya semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dalam kegiatan pemasaran dan sosialisasi, karena kegiatan pemasaran terbukti mampu meningkatkan jumlah nasabah.

2. PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan sebaiknya terus melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan aktivitas promosi dan sosialisasi untuk mengetahui seberapa efektif keberhasilan strategi pemasaran yang dilakukan, mengatasi berbagai kendala yang timbul dan sebagai acuan perencanaan kegiatan promosi dan sosialisasi di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Abdul Aziz Dahlan. *Ensiklopedia Hukum Islam*. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2003.
- Abdurrahman Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Ahmad Nizar Rangkuti. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2014.
- Asnawi Nur dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011.
- Atiq. *Kamus Arab Lengkap (Arab-Indonesia, Indonesia-Arab)*. Surabaya: Nidya Pustaka.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Beni Ahmad Saebani dan Yana Sutisna. *Metode Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Media, 2018.
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Brosur PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan
- Buchari Alma. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- David Fred R. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Dedi Yulianto. "Strategi Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Lampung" Skripsi. UIN Lampung, 2018.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Alqur'an dan Terjemahannya*. Djuz 11-Djuz 20.
- Desy Anwar. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Amelia, 2003.
- Dokumentasi PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan
- Dwi Suwiknyo. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media, 2009.



- Fred R Dafid dan Forest R Dafid. *Manajemen Strategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Selemba Epaty, 2016.
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Jakarta: Yayasan Nurul Islam.
- Hasan Ali. *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis dan Praktis*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Hasyim Ali, dkk., *Kamus Asuransi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Hendi Suhendi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Rajagrafindo persada, 2013.
- Herry Sutanto dan Khoirul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Juliansyah Noor. *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2013.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004.
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip Dasar Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2004.
- Kuat Ismanto. *Asuransi Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Lexi J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.
- M. Manullang. *Manajemen Strategi*. Medan: Perdana Publishing, 2016.
- . *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Permata Puri Media, 2013.
- Muhammad Syakir Sula. *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*. Depok: Gema Insani, 2004.
- Observasi. pada PT Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpuan. pada tanggal 02 November 2020.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.

- Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah Pesan dan Kesorasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Razak & Rais Lathief. *Hadits Shahih Muslim*. Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1981.
- Salim dan Syahrums. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Citapustaka Media, 2007.
- Sanusi Ahmad. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Sondang P Siagian. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Bumi Aksara, 1999.
- Sofyan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Perss, 1987.
- Subekti dan Tjitrosudibio. *Kitab Undang-Undang Hukum Dagang dan Undang-Undang Kepailitan*. Jakarta: Balai Pustaka, 2013.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2019.
- Wirdyaningsih, dkk., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media, 2007.
- Zaqi Prananta Fariza. "Analisis Perbandingan Antara Asuransi Syariah dengan Asuransi Konvensional" Skripsi. Universitas Sumatera Utara, 2018.

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : PUTRI MARITO  
Nim : 16 401 00194  
Tempat/Tanggal Lahir : Simangambat / 02 April 1998  
Alamat : Simangambat, Kec. Siabu, Kab. Mandailing  
Natal

Nama Orang Tua

Ayah : RAJA ADIL MUDA HASIBUAN  
Ibu : KHOLIJA HANNUM NASUTION  
Alamat : Simangambat, Kec. Siabu, Kab. Mandailing  
Natal

Pekerjaan : Petani

Riwayat Pendidikan

Tahun 2005-2010 : SDN No. 144449 Simangambat  
Tahun 2010-2013 : MTs Negeri Siabu  
Tahun 2013-2016 : MAN Siabu

## **PEDOMAN OBSERVASI**

Panduan observasi tentang strategi bauran pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan sebagai berikut :

1. Lokasi
2. *Lay out* Gedung dan Ruangan
3. Kenyamanan Ruangan
4. Kelengkapan Fasilitas
5. Produk-produk PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan.

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN MENJADI NARASUMBER**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bersedia berpartisipasi sebagai narasumber dalam penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : PUTRI MARITO

Nim : 16 401 00194

Judul : **Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

Saya menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berakibat negatif terhadap saya. Sehingga jawaban yang akan saya berikan adalah sebenarnya yang akan dirahasiakan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yang Membuat Pernyataan

( )

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA PT. ASURANSI JIWA BUMIPUTERA CABANG PADANGSIDIMPUAN**

#### **A. Wawancara dengan karyawan di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera**

##### **Cabang Padangsidimpun**

1. Apa saja produk-produk yang ada di asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?
2. Diantara produk yang ada produk mana yang menjadi unggulan ?
3. Apa saja akad-akad yang ada pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?
4. Apa saja persyaratan untuk menjadi nasabah pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?
5. Bagaimana biaya administrasi pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?
6. Bagaimana proses untuk menjadi peserta pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?
7. Apa kelebihan dan kelemahan pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidimpun ?


8. Apa saja hambatan-hambatan dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
9. Bagaimana strategi dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
10. Bagaimana perkembangan nasabah dari tahun ke tahun ?
11. Apa yang dimaksud dengan premi menurut Bapak/Ibu ?
12. Berapakah jumlah premi pada produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
13. Bagaimana sistem pembayaran pada asuransi jiwa syariah dan asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?

**B. Wawancara dengan nasabah yang melakukan transaksi di PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan**

1. Darimana informasi yang Bapak/Ibu ketahui mengenai produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
2. Sudah berapa lama Bapak/Ibu menjadi nasabah pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?

3. Bagaimana tanggapan Bapak/Ibu mengenai produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
4. Hal apakah yang membuat Bapak/Ibu tertarik terhadap produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
5. Bagaimana menurut Bapak/Ibu proses untuk menjadi peserta dari produk asuransi jiwa syariah dan produk asuransi jiwa konvensional pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?
6. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami pelayan yang kurang memuaskan dari pelayanan pada PT. Asuransi Jiwa Bumiputera Cabang Padangsidempuan ?




**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sinitang 22733  
 Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

---

Nomor : 313 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2021  
 Lampiran :  
 Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

05 Februari 2021

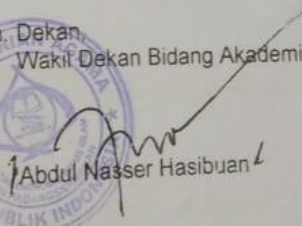
Yth. Bapak:  
 1. Arbanur Rasyid : Pembimbing I  
 2. Ja'far Nasution : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :


Nama : Putri Marito  
 NIM : 1640100194  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumi Putera Cabang Padangsidempuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
 Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan T. Rizal Nurdi Km. 4,5 Sitang 22733  
 Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

---

Nomor : 305 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/02/2021  
 Hal : **Mohon Izin Riset**
05 Februari 2021

Yth. PT. Asuransi Jiwa Bumi Putera Cabang Padangsidimpuan


Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:


|               |                            |
|---------------|----------------------------|
| Nama          | : Putri Marito             |
| NIM           | : 1640100194               |
| Semester      | : X (Sepuluh)              |
| Program Studi | : Perbankan Syariah        |
| Fakultas      | : Ekonomi dan Bisnis Islam |

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Bauran Pemasaran pada PT. Asuransi Jiwa Bumi Putera Cabang Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.



a.n Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
 Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**AJB BUMIPUTERA-1912**

Kantor Cabang Padangsidempuan  
Jln. Kenanga No. 38 Kelurahan Ujung Padang  
Telp. (0634) 21144 Fax. (0634) 21329

Nomor : 200/ Bp\_Psp/ XII/ 2020  
Hal : *Izin Riset*  
Kepada Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

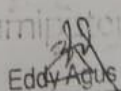
Dengan Hormat

Menindak lanjuti surat dari Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: 2325/In.14/G.1/TL.00/10/2020 tanggal 13 Oktober 2020 Perihal Mohon Izin Riset. Maka dengan ini kami tidak keberatan memberikan Izin Riset kepada :

Nama : Putri Marito  
NIM : 1640100194  
Semester : IX (Sembilan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan, 18 Desember 2020

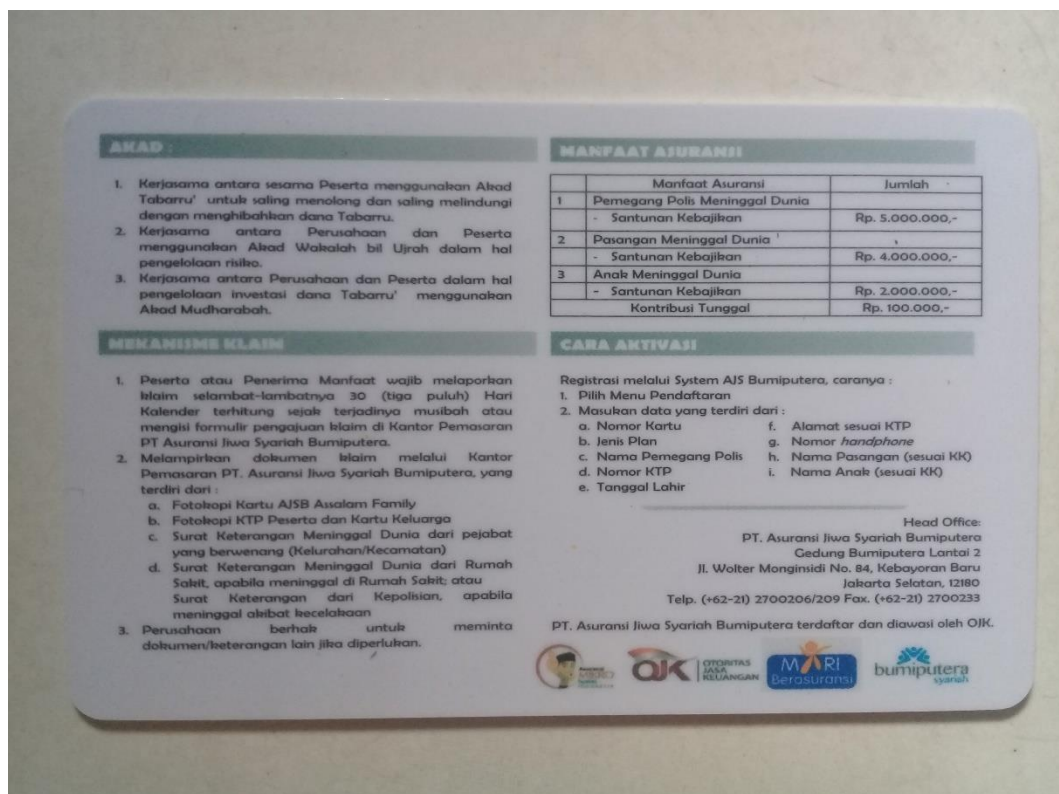
  
Eddy Agus P. Simanjuntak  
Pj. BM













**Pasal 12**  
**Surplus Underwriting**

Surplus Underwriting Polis ini akan didistribusikan 100% ke dalam Dana Tabarru'.

**Pasal 13**  
**Pengucualian**

Santunan Asuransi tidak diberikan apabila disebabkan:

1. Perbuatan yang disengaja oleh Peserta atau orang lain yang bersangkutan dalam asuransi
2. Bunuh diri atau dihukum mati atau akibat HIV/AIDS
3. Akibat dari perbuatan kejahatan minuman keras, narkoba, kerusuhan atau perbuatan yang melanggar hukum atau norma-norma susila

**Pasal 14**  
**Penyelesaian Perselisihan**

1. Setiap Pengaduan dari Peserta atau pelaksanaan ketentuan-ketentuan polis ini dapat diajukan kepada Perusahaan.
2. Perusahaan akan menindaklanjuti dan menyelesaikan setiap pengaduan dari Pemegang Polis paling lambat 60 (enam puluh) hari kerja setelah tanggal penerimaan pengaduan.
3. Apabila penyelesaian perselisihan melalui perdamaian dan musyawarah tidak dapat dicapai, Perusahaan memberikan kebebasan kepada Peserta untuk memilih salah satu pilihan penyelesaian perselisihan dan wajib memberitahukan kepada Perusahaan secara tertulis melalui surat tercatat, telegram atau media elektronik setara lainnya atau dengan buku ekspedisi, yang untuk selanjutnya pilihan cara penyelesaian tersebut tidak dapat dicabut atau dibatalkan. Adapun pilihan penyelesaian perselisihan dapat dilakukan melalui:
  - a. Badan Mediasi Asuransi Indonesia (BMAI); atau
  - b. Badan Arbitrase Syariah Nasional (Basyarnas); atau
  - c. Pengadilan Agama atau Pengadilan Negeri dengan memperhatikan prinsip-prinsip syariah Islam; atau
  - d. Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa (LAPS) yang dimuat dalam daftar LAPS yang ditetapkan oleh OJK.

**Pasal 15**  
**Lain-Lain**

Perjanjian ini telah disesuaikan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan termasuk peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan/atau Dana Tabarru'.

**KONTAK KAMI**

**bumiputera syariah**

Head Office :  
Gedung Bumiputera Lantai 2  
Jl. Wolter Monginsidi No. 84  
Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12180  
Indonesia  
Telp. : (+62-21) 2700206/209  
Fak. : (+62-21) 2700233  
www.bumiputersyariah.co.id  
email: info@bumiputersyariah.co.id

PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera  
terdaftar dan diawasi oleh :

**OJK** OTORITAS  
JASA  
KEUANGAN

<http://www.bumiputersyariah.co.id> | email: info@bumiputersyariah.co.id

Program Asuransi Jiwa Syariah Untuk Seluruh Anggota Keluarga  
Dengan Kontribusi Yang Terjangkau

**KARTU**  
**ASB Assalam Family**

bumiputera syariah

**SYARAT SYARAT UMUM POLIS ASB ASSALAM FAMILY**

**Pasal 1**  
**Titah dan Pengertian**

1. Anak adalah Anak kandung dari Pemegang Polis/Pasangan yang belum pernah menikah dan tercantum dalam Kartu Keluarga Pemegang Polis.
2. Masa Tunggu adalah masa dimana tidak ada Manfaat Asuransi.
3. Meninggal Dunia adalah hilangnya nyawa Peserta akibat Penyakit dan/atau kecelakaan dengan dilandai hilangnya tanda-tanda hidup secara biologis dan dibuktikan dengan surat keterangan Dokter tentang hal tersebut.
4. Pasangan adalah Suami/Istri yang sah dari Pemegang Polis yang tercantum dalam Kartu Keluarga Pemegang Polis.
5. Pemegang Polis adalah orang yang mengakibatkan diri berdasarkan perjanjian dengan Perusahaan untuk mendapatkan perlindungan atau pengalihan risiko atas dirinya/peserta lain.
6. Penerima Manfaat adalah orang atau pihak yang ditunjuk secara tertulis oleh Peserta untuk menerima benefit asuransi dengan ketentuan orang atau pihak tersebut mempunyai insurable interest terhadap Peserta.
7. Perusahaan adalah PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera selaku pemegang amarah.
8. Peserta adalah seluruh anggota keluarga yang terdiri dari Suami, Istri dan Anak yang belum menikah dan tercantum dalam Kartu Keluarga pada saat penutupan asuransi dan terdaftar dalam polis.

**Pasal 2**  
**Akad**

1. Akad 'Tabarru' adalah akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari satu Peserta kepada Dana Tabarru' yang digunakan untuk tujuan tolong menolong diantara para Peserta dalam menghadapi suatu musibah.
2. Akad Wabahah bil Urah adalah akad antara Peserta dengan Perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan untuk mengelola asuransi syariah termasuk melakukan kegiatan administrasi, underwriting, pembayaran, klaim, penarikan dan investasi Dana Tabarru', dengan mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ditetapkan oleh Perusahaan sesuai kuasa atau wewenang yang diberikan, dengan imbalan berupa Urah sebesar 50%.
3. Akad Mudharabah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan Perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan sebagai mudharib untuk mengelola investasi Dana Tabarru' dengan baghail (piabah) yang besarnya adalah 70% Dana Tabarru' dan 30% Perusahaan.

**Pasal 3**  
**Dasar Polis**

Dasar Polis ini adalah data yang telah diisi secara lengkap dan benar, termasuk dokumen pendukung lainnya yang ditetapkan oleh Perusahaan.

**Pasal 4**  
**Kontribusi**

1. Besarnya Kontribusi disesuaikan berdasarkan Plan Asuransi yang dipilih.
2. Pembayaran kontribusi dilakukan melalui transfer bank/ATM atau kantor Pemasaran PT. ASB Bumiputera.
3. Kontribusi akan dianggun lunas apabila dana sudah diterima penuh dalam rekening Perusahaan.

**Pasal 5**  
**Periode Asuransi**

Berlaku selama 1 tahun sejak tanggal registrasi aktivas berhasil dilakukan dan kontribusi telah dibayarkan.

**Pasal 6**  
**Manfaat Asuransi**

1. Apabila Peserta meninggal dunia dalam masa asuransi, kepada Penerima Manfaat dibayarkan Manfaat Asuransi sesuai yang tertera pada Kartu Asuransi yang dipilih.
2. Apabila Peserta hidup sampai akhir masa asuransi maka tidak ada pembayaran apapun.

**Pasal 7**  
**Batal dan Berakhirnya Polis**

1. Apabila kemudian hari, setelah Polis berlaku, ditemukan bahwa keterangan beserta dokumen pendukung lainnya, sebagaimana yang dimaksud pada Dasar Polis, ternyata tidak benar, kurang lengkap atau palsu atau dengan sengaja dipalsukan, maka Perusahaan mempunyai hak untuk membatalkan Perjanjian Asuransi.
2. Hal berikut akan menyebabkan berakhirnya Perjanjian Asuransi, mana yang terjadi lebih dulu :
  - a. Pada saat seluruh Peserta meninggal dunia; atau
  - b. Tanggal berakhirnya Perjanjian Asuransi

**Pasal 8**  
**Masa Tunggu**

Polis ini memberikan masa tunggu Klaim selama 14 (empat belas) hari sejak mulai asuransi kecuali risiko meninggal akibat kecelakaan.

**Pasal 9**  
**Mekanisme Klaim**

1. Peserta atau Penerima Manfaat wajib mengajukan klaim maksimal 30 (tiga puluh) Hari Kalender terhitung sejak tanggal Peserta mengalami musibah dalam Masa Asuransi melalui aplikasi assalam atau mengisi formulir pengajuan klaim di Kantor Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.
2. Dokumen klaim yang harus dilampirkan :
  - a. Fotokopi Kartu ASB Assalam Family
  - b. Fotokopi KTP Peserta dan Kartu Keluarga
  - c. Surat Keterangan Meninggal Dunia dari pejabat yang berwenang
  - d. Surat Keterangan Meninggal Dunia dari Rumah Sakit, apabila meninggal dalam perawatan medis di Rumah Sakit; atau
  - e. Surat Keterangan dari Kepolisian, apabila meninggal akibat kecelakaan
3. Perusahaan berhak untuk meminta dokumen/keterangan lain yang mungkin diperlukan.
4. Klaim diajukan ke Kantor Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera terdekat.



**Pasal 10**  
**Pembayaran Klaim**

1. Pembayaran klaim dilakukan oleh Perusahaan, diupayakan dalam waktu secepat sambarnya 10 (sepuluh) hari kerja, sejak berkas-berkas yang diperlukan seperti yang dimaksud pada Pasal 9 Syarat-Syarat Umum Polis ini telah lengkap diterima dan disetujui oleh Perusahaan.
2. Pembayaran Klaim kepada Peserta atau Penerima Manfaat dengan sendirinya membebaskan Perusahaan dari tuntutan pihak manapun.
3. Biaya administrasi klaim menjadi beban Peserta atau Penerima Manfaat.

**Pasal 11**  
**Qardh**


1. Perusahaan akan memberikan pinjaman dalam bentuk Qardh kepada Dana Tabarru' dalam hal Dana Tabarru' tidak cukup untuk membayar klaim kepada Peserta.
2. Pengembalian Qardh kepada Perusahaan dilakukan dari Surplus Underwriting dan/atau dari Dana Tabarru'



| Mekanisme Klaim   | SPAJS  | MARI Berasuransi  | bumiputera syariah  |
|---|--|---|---|
| <p>1. Peserta atau Penerima Manfaat Wajib mengajukan klaim maksimal 30 (tiga puluh) hari kalender terhitung sejak tanggal Peserta mengalami musibah dalam Masa Asuransi dan mengisi formulir pengajuan klaim di Kantor Pemasaran PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.</p> <p>2. Dokumen klaim yang harus dilampirkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Fotokopi Kartu AJSB Assalam Family</li> <li>Fotokopi KTP Peserta dan Kartu Keluarga</li> <li>Surat Keterangan Meninggal Dunia dari pejabat yang berwenang</li> <li>Surat Keterangan Meninggal Dunia dari Rumah Sakit, apabila meninggal di Rumah Sakit; atau Surat Keterangan dari Kepolisian, apabila meninggal akibat kecelakaan.</li> </ol> <p>3. Perusahaan berhak untuk meminta dokumen / keterangan lain yang diperlukan.</p> <p>4. Klaim diajukan ke Kantor Pemasaran PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera</p> | <p>Surat Permintaan Asuransi Jiwa Syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera</p> <p>Nomor Kartu : .....</p> <p>Plan : .....</p> <p>Pemegang Polis : .....</p> <p>Nomor KTP : .....</p> <p>Alamat : .....</p> <p>Nomor HP : .....</p> <p>Nama Pasangan : .....</p> <p>Nama Anak : .....</p>  |  | <p>Produk Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera</p> <p><b>AJSB ASSALAM FAMILY</b></p> <p>Program Asuransi Keluarga Sakinah</p> <p>PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera<br/>terdaftar dan diawasi oleh.</p>  |
| <p><b>Pengecualian</b></p> <p>Santunan Asuransi tidak diberikan apabila:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Perbuatan yang disengaja oleh Peserta atau orang lain yang berkepentingan dalam Asuransi</li> <li>Bunuh diri atau dihukum mati atau akibat HIV/AIDS</li> <li>Akibat dari perbuatan kejahatan, minuman keras, Narkoba, kerusuhan, atau perbuatan yang melanggar hukum atau norma-norma susila.</li> </ol>  | <p><b>Akad</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Berdasarkan akad Tabarru', saya hibahkan sebagian Kontribusi untuk tujuan tolong menolong</li> <li>Berdasarkan akad Wakalah bil Ujrah, Saya mewakilkan pengelolaan risiko kepada Perusahaan dengan Ujrah sebesar 50% dari Kontribusi</li> <li>Berdasarkan akad Mudharabah, Saya amanahkan pengelolaan investasi dana Tabarru' kepada Perusahaan dengan bagi hasil (nisbah) yang besarnya adalah 70% untuk Dana Tabarru' dan 30% untuk Perusahaan</li> </ol> <p>Dengan ini saya telah membaca dan memahami produk asuransi ini, serta menyatakan bahwa Saya dan keluarga dalam keadaan sehat jasmani dan rohani serta tidak sedang dalam perawatan di Rumah Sakit / perawatan lainnya.</p> <p>Tanggal : .....</p> <p>Nama : .....</p> <p>Tanda Tangan : .....</p> |   |   |


| AJSB Assalam Family   | Manfaat Asuransi  | Syarat Kepesertaan   | Head Office:  |
|---|---|--|---|
| <p>AJSB Assalam Family adalah Produk Asuransi Jiwa Syariah yang dikeluarkan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.</p> <p>AJSB Assalam Family merupakan program Asuransi Jiwa yang didesain khusus untuk keluarga Indonesia dimana satu polis sudah cukup untuk memberikan perlindungan (santunan) bagi seluruh anggota keluarga.</p>  | <p>AJSB Assalam Family - Plan Silver memberikan manfaat asuransi berupa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Jika pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris / penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp. 5.000.000,-</li> <li>Jika pasangan dari pemegang polis meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris / penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp. 4.000.000,-</li> <li>Jika anak kandung dari pemegang polis / pasangan belum menikah dan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka ahli waris / penerima manfaat asuransi akan dibayarkan santunan kebajikan senilai Rp. 2.000.000,-</li> <li>Tidak ada pembayaran apapun jika polis telah melewati masa asuransi.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>Sehat Jasmani dan Rohani serta tidak sedang dalam perawatan di Rumah Sakit / perawatan lainnya</li> <li>Usia Calon Pemegang Polis saat masuk asuransi 17 tahun sampai dengan 60 tahun</li> <li>Usia Calon Peserta saat masuk asuransi 2 bulan sampai dengan 60 tahun</li> <li>Melampirkan fotokopi KTP yang masih berlaku</li> <li>Membayar Kontribusi</li> <li>Calon Peserta yang didaftarkan harus tercantum dalam Kartu Keluarga (KK) yang berlaku.</li> </ol> | <p>PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera<br/>Gedung Bumiputera Lantai 2<br/>Jl. Wolter Monginsidi No. 84 - 86 Kebayoran Baru<br/>Jakarta Selatan 12170 - Indonesia<br/>Telp. (+62-21) 2700206 / 2700209<br/>Fax. (+62-21) 2700233</p> |
| <p><b>Akad</b></p> <p>Akad Tabarru' adalah akad hibah dalam bentuk pemberian dana dari satu Peserta kepada Dana Tabarru' untuk tujuan tolong menolong diantara para Peserta</p> <p>Akad Wakalah bil Ujrah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan Perusahaan bertujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan sesuai kuasa atau wewenang yang diberikan, dengan imbalan berupa Ujrah.</p> <p>Akad Mudharabah adalah akad antara Peserta secara kolektif atau individu dengan Perusahaan dengan tujuan komersial yang memberikan kuasa kepada Perusahaan sebagai mudharib untuk mengelola investasi Dana Tabarru', dengan imbalan berupa bagi hasil (nisbah) yang besarnya telah disepakati sebelumnya.</p> | <p><b>Kontribusi</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Kontribusi AJSB Assalam Family Plan Silver sebesar Rp. 100.000,-</li> <li>Pembayaran Kontribusi dilakukan melalui transfer ke nomor Virtual Account</li> </ol>  |  |   |
|   | <p><b>Periode Asuransi</b></p> <p>Berlaku selama 1 tahun sejak tanggal registrasi aktivitas berhasil dilakukan dan Kontribusi telah dibayarkan</p>  |  |   |





**bumiputera**  
Pemerintah Aceh

**mitra ASRI**  
(Asuransi Rakyat Indonesia)



OTORITAS  
JASA  
KEUANGAN

**Komitmen AJB Bumiputera 1912 memperluas Perlindungan Semua Anggota Keluarga Pemegang Polis melalui Asuransi Jwa Mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia)**

**Ketentuan:**

1. Perindugan/Dana Duka untuk semua anggota keluarga mulai dari usia 1 tahun sd. 64 tahun.
2. Besar biaya administrasi minimal Rp. 50.000,- dan Maksimum Rp. 250.000,- dalam setahun.
3. Bukti kepesertaan dilampiri Foto Copy Kartu Keluarga dan Foto Copy KTP Kepala Keluarga.
4. Perindugan/Protaksi untuk Satu Tahun, dan dapat diperpanjang dengan terlebih dahulu membayar Administrasi

| Pilihan Paket                      | Alternatif Pilihan |           |           |           |
|------------------------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| Biaya Administrasi                 | 50.000             | 100.000   | 200.000   | 250.000   |
| Seniunan Dana Duka Kepala Keluarga | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 |
| Seniunan Dana Duka Istri           | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 |
| Seniunan Dana Duka setiap Anak     | 1.500.000          | 3.250.000 | 4.750.000 | 6.500.000 |

**Formulir Peserta:**

Nama Kepala keluarga : \_\_\_\_\_  
 Alamat Rumah : \_\_\_\_\_  
 No. Telp/HP : \_\_\_\_\_  
 Pekerjaan Kepala Keluarga : \_\_\_\_\_  
 Cara beranda tinggal dibawah ini, mengijukan permintaan Program Mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia).  
 Pilihan Paket Administrasi \_\_\_\_\_ Rp.

| Nama Anggota Keluarga | Tgl Lahir | Hubungan Keluarga |
|-----------------------|-----------|-------------------|
|                       |           |                   |
|                       |           |                   |
|                       |           |                   |
|                       |           |                   |
|                       |           |                   |
|                       |           |                   |

Menyatakan bahwa nama-nama yang tercantum diatas sedang dalam keadaan sehat dan tidak dalam perawatan Dokter. Dan saya nyatakan bahwa informasi tersebut benar dan bersedia mematuhi ketentuan syarat umum Buku Kepesertaan mitra ASRI (Asuransi Rakyat Indonesia)

Pernohon,  
 \_\_\_\_\_  
 (.....)

