

Vol. 6. No. 1 (2023) 35-52	E-ISSN: 2723-4681	P-ISSN: 2722-2764
Published online on the journal's website: http://jurnal.iailm.ac.id/index.php/mutawasith		

Pengaruh Strategi Pemasaran Agen terhadap Pencapaian Penjualan Produk Asuransi Siswakoe (Studi Kasus di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Pusat Divisi Syariah Jakarta Selatan)

Iah Saniah, Nurlailiyah Aidatus Sholihah, Endah Robiatul Adawiyah
Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir, Indonesia
Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir, Indonesia
Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir, Indonesia

Email : iahsaniah@staidarussalam.ac.id, nurlailiyahaidatussholihah@staidarussalam.ac.id,
endahrobiatuladawiyah@staidarussalam.ac.id,

Submitted:	Reviewed:	Revised:	Published:
19-03-2023	06-05-2023	15-05-2023	31-12-2023
DOI: https://doi.org/10.47971/mjhi.v6i1.594			

Abstract

This study aims to explain the agent's marketing system towards the achievement of sales of siswakoe insurance products. This writing method uses a qualitative research approach, primary data sources are obtained from agent marketing document data, and secondary data sources are taken from interview results. Data types include qualitative data, data collection techniques carried out by searching for documents related to agent marketing, and interviews. Data analysis techniques are descriptive. Based on research conducted, it shows that the agent marketing system has an effect on the sale of sharia insurance products at PT. Bumida Syariah Pusat Jakarta. The contract used in premium management is to use tabarru funds through grants and wakalah bil ujah contracts and tijari funds, namely through mudhorobah contracts. According to Ahamd Ifham Sholihin, helping (ta'awun) and bearing each other (takaful) are the basic principles of Sharia Insurance. The contracts in sharia insurance use tabarru contracts and tijari contracts.

Keywords: Sharia Insurance, Tabarru, Tijari, Marketing Agency

Absktrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh sistem pemasaran agen terhadap pencapaian penjualan produk asuransi siswakoe. Metode penulisan ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, Sumber data primer diperoleh dari data dokumen pemasaran agen, dan sumber data sekunder diambil dari hasil wawancara. Jenis data berupa data kualitatif, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penelusuran dokumen terkait pemasaran agen, dan wawancara. Teknik analisis data berupa deskriptif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa sistem pemasaran agen berpengaruh pada penjualan produk asuransi syariah di PT. Bumida Syariah Pusat Jakarta. Akad yang digunakan dalam pengelolaan premi yaitu menggunakan dana tabarru yang melalui hibah dan akad wakalah bil ujah dan dana tijari yaitu melalui akad mudhorobah. Menurut Ahamd Ifham Sholihin tolong

menolong (ta'awun) dan saling menanggung (takaful) merupakan prinsip dasar Asuransi Syariah. Adapun akad didalam Asuransi syariah menggunakan akad tabarru dan akad tijari.

Kata Kunci: Asuransi Syariah, Tabarru, Tijari, Pemasaran Agen

A. PENDAHULUAN

Sistem asuransi syariah merupakan prinsip menggabungkan upaya untuk saling mencari keuntungan yang halal melalui sitem akad tabaru dengan tujuan untuk saling tolong menolong, Penggunaan akad dengan sistem akad dana tabaru, yang didalamnya menggunakan akad hibah yaitu memberi secara iklas dan suka rela.¹

Adapun akad pada asuransi syariah seperti akad dana tabaru yaitu saling tolong menolong, pemanfaatan dana tabaru dalam penelitian ini memiliki beberapa potensi risiko diantaranya risiko investasi, likuiditas, beban klaim, dan kegagalan reasuradur.² Asuransi merupakan takaful dalam artian yaitu jaminan atau saling melindungi, Agama Islam merupakan agama yang sangat terpadu begitupun dengan muamalahnya, makna asuransi didalam Islam memang tidak terlalu akurat dengan makna islam tersendiri, secara Bahasa Arab asuransi merupakan at'tamin yang berarti memberikan jaminan perlindungan dan rasa tenang Menurut Muhammad Syakir sebagaimana.³

Pedoman Umum Asuransi Syariah menyatakan bahwa asuransi syariah yaitu bentuk upaya tolong menolong, saling melindungi antara beberapa pihak baik melalui investasi yang berbentuk asset, atau tabarru dimana ketika menghadapi suatu peristiwa dan resiko dana akan disalurkan melalui perikatan akad dengan ketentuan syariat islam.⁴

Menurut Nopriansyah sebagaimana dalam Humaemah bahwa Asuransi merupakan perikatan antara penanggung yang mengikat diri kepada yang tertanggung, dimana tertanggung membayar premi yang nantinya memberikan penggantian kepadanya karena suatu peristiwa dan kerugian, kerusakan dan lainnya.⁵ tetapi didalam Undang Undang Hukum Dagang (KUHD) Bab 9 Pasal 249 menyatakan bahwa jika terjadi kerusakan dan kerugian pada tertanggung, seorang penanggung tidak harus mengganti kerusakan tersebut jika kerusakan dan kerugian itu dilakukan dengan sengaja atau oleh tertanggung sendiri.⁶

Asuransi yaitu suatu kontrak perjanjian yang mengikat dua pihak dimana kedua belah pihak dapat mengatasi akan terjadinya suatu resiko, pembayaran premi dilakukan oleh salah satu pihak tertanggung, sedangkan pihak uyang menanggung akan mengelola dana tersebut dengan bentuk jaminan menggunakan akad tabarru.⁷

Asuransi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam rangka melaksanakan berupa meminimalisir terjadinya sebuah risiko atau musibah, ketika pihak yang bergabung

¹ Ichsan Nurul Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah* (Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014), 69.

² Saniatusilma And Suprayogi, "Manajemen Risiko Dana Tabarru' Pt. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin," 1004.

³ Suparmin, *Asuransi Syariah Konsep Hukum Dan Operasional*, 22.

⁴ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 21/Dsn-Mui/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah.

⁵ Humaemah, "Analisis Manajemen Risiko Dana Tabarru Asuransi Syariah (Studi Pada PT Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Serang)."

⁶ KUHD, "Undang Undang Hukum Dagang Bab 9 Pasal 249" (n.d.).

⁷ Ajib, *Asuransi Syariah*, 11.

dengan asuransi maka pihak asuransi akan menanggung kerugian yang dialami oleh pihak tersebut jika mengalami musibah.⁸

Strategi pemasaran merupakan sebuah upaya dalam perusahaan pemasaran agar perusahaan dapat menjalankan sasaran dan tujuan pemasaran dengan sesuai target, dengan demikian hasil penelitian ini pemasaran agen yang dilakukan pada asuransi jiwa Bumiputera meliputi beberapa peran agen diantaranya sebagai educator, motivator, inisiator, komunikator, dan administrator. Setelah agen menjalankan perannya dengan baik, agen juga diharuskan untuk memberikan loyalitas terhadap nasabahnya seperti melayani dengan penuh tanggung jawab dan dapat dipercaya.⁹ Sedangkan strategi yang dilakukan pada PT Asuransi Bumiputera Cabang Serang menggunakan sistem indirect channel, dan direct channel. Direct channel dilakukan secara langsung oleh staf karyawan dan agen, sedangkan indirect merupakan jalur pemasaran yang dilakukan melalui jasa broker dan pialang asuransi.¹⁰

Adapun strategi pemasaran dalam asuransi syariah yaitu menggunakan sistem agen, dimana setiap agen mempunyai daya kekuatannya masing masing untuk memasarkan produknya, salah satu target yang dituju oleh agen yaitu memasarkan kepada keluarga dan kerabat, agen akan memprospek secara door to door (canvassing). Cara selanjutnya yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode referensi, merupakan tahapan agen ketika melakukan prospek, seorang nasabah akan diberikan suatu pelayanan dari agen, dan agen akan dapat feedback dari nasabah atas kepuasan yang dicapai oleh nasabah.¹¹

Strategi pemasaran penelitian sebelumnya yang dilakukan PT Bumiputera cabang Kediri mengenai pemasaran dalam menyesuaikan kepuasan nasabah, Adapun strategi yang dilakukan yaitu melalui brosur, tv, dan surat kabar. Strategi pemasaran yang dilakukan sudah terlihat baik, namun tingkat presentase jumlah nasabah menurun, sehingga dapat dikatakan bahwa strategi yang dilakukan belum semuanya efektif, karena masih ada beberapa aspek strategi yang belum sepenuhnya maksimal.¹²

Produk Asuransi siswako menurut data yang diperoleh dari PT. Asuransi Bumida Syariah merupakan produk perorangan dan mudah memberikan perlindungan kepada para siswako dimana pada saat berada didalam suatu Lembaga Pendidikan ketika terjadi suatu peristiwa yang datang secara qodarullah seperti mengalami kecelakaan diri dan timbul dengan benefit yang meliputi santunan biaya rawat inap, cacat tetap, pengobatan dan santunan meninggal dunia, selain juga produk mahasiswa memiliki benefit bantuan beasiswa serta benefit lainnya.

Makhluk sosial tidak terlepas dari interaksi satu sama lain. Dimana suatu interaksi merupakan upaya manusia untuk melengkapi dan memenuhi kebutuhannya dengan melalui

⁸ Pane Et Al., *Tinjauan Hubungan Manajemen Risiko Dan Asuransi*, 11.

⁹ Awaliyah, "Peran Dan Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pt Asuransi Jiwa Syariah Bersama Bumiputera," 3.

¹⁰ Elida Mahriani, Hendrianto, and Nur Arista, "Implementasi Strategi Pemasaran Model Segmentasi Terhadap Produk Asuransi Kebakaran" 8 (2022).

¹¹ Susilo And Nikmah, "Strategi Pemasaran Agen," 8.

¹² Aufan Afran, "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada P.T Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri)" (Kediri, PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI, 2020).

suatu kegiatan muamalah. Dari data Asuransi Bumiputera Muda Divisi Syariah Pusat menyatakan akad dalam asuransi syariah menggunakan akad tabaru dan tijari. Berdasarkan latar belakang mendeskripsikan bahwa dalam pelaksanaan pemasaran di PT. Asuransi Bumida Divisi Syariah dalam menjualkan produk asuransi syariah yaitu menggunakan sistem agen.

Penelitian Sebelumnya di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri menekankan pada permasalahan pada strategi pemasaran terhadap tingkat kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian ini menitik tekankan pada permasalahan pemasaran agen terhadap pencapaian produk, maka berdasarkan hal tersebut perlu dilakukan penelitian terkait pemasaran agen di PT Asuransi Bumiputera Muda Divisi Syariah. Pada penelitian ini strategi pemasaran agen terhadap produk asuransi siswakoe berpengaruh pada pencapaian produk, karena agen sangat membantu dalam pendistribusian produk, dan sebagai beground dari perusahaan, sehingga dengan adanya agen para calon nasabah dapat menilai seberapa besar kualitas pada produk asuransi syariah. Sedangkan pada penelitian sebelumnya meneliti tentang bauran pemasaran terhadap kepuasan nasabah seperti strategi yang dilakukan agar nasabah mendapat pelayanan yang baik, dengan begitu nasabah akan memberikan dampak positif terhadap produk asuransi.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan suatu proses seorang peneliti melakukan penggalian, pemahaman, pendekatan suatu subjek penelitian.¹³ Pendekatan kualitatif pada penelitian ini menggali informasi tentang pemasaran agen terhadap penjualan produk asuransi siswakoe di PT. Asuransi Bumiputera Divisi Syariah Pusat. Kualitatif merupakan penelitian bagaimana cara untuk mendalami dan memastikan mengenai masalah manusia dan sosial, dimana peneliti akan menginterpretasikan suatu subjek untuk mendapatkan makna dari lingkungan sekeliling.¹⁴

Sumber data merupakan suatu subjek dalam data penelitian yang akan digunakan seperti menggunakan data observasi, dokumentasi, wawancara, narasi, dan lainnya.¹⁵ Peneliti menggunakan sumber data primer yaitu diperoleh dari data dokumen pemasaran agen, dan sumber data sekunder diambil dari hasil wawancara dengan pihak bagian klaim di PT. Asuransi Bumiputera divisi Syariah Pusat.

Jenis data yaitu bentuk suatu data berupa latar ilmiah yang akan digunakan dalam suatu penelitian.¹⁶ Jenis data yang digunakan penelitian berupa data kualitatif yaitu data yang diambil dari jumlah penjualan produk asuransi siswakoe.

¹³ David Hizkia Tobing et al., *Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif* (Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran UNIVERSITAS UDAYANA, 2017), 12.

¹⁴ Tussoleha Zahara Rony, *SIAP FOKUS SIAP MENULIS SKRIPSI TESIS DISERTASI*, vol. Vol 1 (Jakarta: Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017), 30.

¹⁵ Rony, Vol 1:31.

¹⁶ Tobing et al., *Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif*, 8.

Teknik pengumpulan data yaitu suatu cara seorang peneliti melakukan pengumpulan data.¹⁷ Peneliti melakukan penelusuran menggunakan dokumen terkait pemasaran agen, dan wawancara dengan bagian klaim pada PT. Asuransi Bumida Syariah.

Teknik analisis data yaitu suatu langkah langkah untuk melakukan penyusunan data secara sistematis, hasil yang didapatkan seperti hasil catatan lapangan, dan wawancara.¹⁸ Peneliti melakukan teknik analisis data berupa deskriptif¹⁹, yaitu dengan mendeskripsikan tentang pengaruh pemasaran agen terhadap produk asuransi siwakoe Bumiputera syariah.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Pemasaran Agen

Pada PT. Asuransi Bumida Syariah Seorang Agen asuransi akan memberikan jasa asuransi atau sebagai penanggung, Agen didalam suatu perusahaan asuransi harus mempunyai kesepakatan sebagai agen dengan perusahaan. Ada 2 bentuk agen dalam perusahaan Asuransi Syariah yaitu agen independent adalah perusahaan yang mandiri dan memiliki perizinan untuk melakukan pemasaran produk produk asuransi atas dasar komisi. Dan ada juga Agen yang dibutuhkan oleh asuransi sehingga perusahaan asuransi memperkerjakannya, agen tersebut melakukan pekerjaan atas dasar gaji / upah dan terdaftar berlisensi agar dapat menjual produk asuransi syariah.

Berdasarkan pemaparan yang diberikan oleh salah satu pihak Bagian Klaim Asuransi Bumida Divisi Syariah Pusat menyatakan bahwa agen yaitu suatu tali penghubung antara konsumen dengan perusahaan Asuransi Syariah yang membantu secara individu, keluarga, perusahaan, atau Lembaga lainnya, untuk menyelesaikan polis asuransi syariah sesuai yang dibutuhkan para konsumen. Selain itu juga agen menemani dari proses pengenalan, pemilihan polis sesuai kebutuhan hingga menyepkati untuk membeli produk asuransi syariah. Adapun Target pemasaran seorang agen di dalam PT Bumida Divisi Syariah adalah jujur, bertanggung jawab penuh, berkepribadian yang baik akhlaknya, dapat dipercaya, memiliki kemampuan skill atau knowledge untuk mempromosikan dan mengedukasikan produk asuransi syariah.

Peran penting agen dalam sebuah perusahaan asuransi syariah yaitu sebagai inisiator merupakan seseorang yang memiliki inovatif dalam melakukan segala pekrjaannya tanpa ada suruhan dari pihak perusahaan dan harus inisiator, selain itu juga sebagai konektor seorang agen harus menjalin sebuah kerja sama dengan hubungan jangka panjang terkhusus dalam bentuk bisnis, Agen sebagai motivator dimana selain mengedukasikan produknya agen juga harus memberikan dorongan prospek kepada konsumen agar dapat mengambil keputusan dalam pemilihan produk asuransi syariah, dan meyakinkan orang lain bahwa produk dari asuransi syariah merupakan hasil dan solusi terbaik atas suatu masalah yang dihapai. Peran agen selanjutnya yaitu sebagai administrator dimana pengembangan perusahaan asuransi syariah yang maju adalah yang memiliki keuangan yang stabil, salah satu perencanaan untuk

¹⁷ Tobing et al., 18.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 14.

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

mengelola system keuangan dan risiko pada konsumen, dengan begitu sebuah perusahaan harus memiliki agen agar dapat membantu jalanya penjualan produk asuransi syariah dan sebagai agen harus dapat melayani konsumen dengan baik, dan professional.²⁰ Adapun data Jumlah Kantor Cabang Bumida Syariah:

Kantor Cabang	=	20 Kantor
Unit Layanan Syariah	=	23 Unit

Setiap kantor cabang dan unit memiliki agen masing masing untuk mendistribusikan produk asuransi sesuai dengan target yang ditentukan oleh kantor cabang dan unit, sedangkan kantor pusat itu memegang semua taegat cabang dan unit, dimana akan dikelola oleh pusat, dalam kantor unit itu harus melalui kantr pusat terlebih dahulu sebelum menerbitkan polisnya dan persyaratan lainnya, sehingga kantor pusat berperan penting dalam layanan unit syariah.

Sumberdaya perusahaan akan menjadi terarah dan dapat dilakukan secara efektif dengan produk dan layanan yang dibutuhkan oleh para konsumen. Di PT Asuransi Umum Bumiputera unit Syariah 1967 ada beberapa segmentasi:

a. Korporasi

Dalam KUHP Korporasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki organisasi baik badan hukum ataupun bukan. Didalam asuransi yaitu merupakan sebuah perlindungan kepada karyawan yaitu mencakup: LKS Perbankan, LKS Non Perbankan, dan Non LKS

b. Korporasi Khusus

Dalam korporasi khusus ini hanya mencakup perlindungan perlindungan seperti: pemerintahan, pendidikan, dan kesehatan.

c. Non Korporasi

Untuk bagian Non Korporasi hanya mencakup Pasar Retail

Hasil daftar peserta agen periode bulan April-November 2022 PT. Bumiputera Muda 1967 Pusat tercatat dengan jumlah:²¹

No.	Kantor Bumida	Jumlah Agen
1.	Kantor Bumida Syariah Pusat	3
2.	Kantor Cabang Jakarta 1	55
3.	Kantor Cabang Jakarta 2	46
4.	Kantor Cabang Bandung	37
5.	Kantor Cabang Aceh	22
6.	Kantor Cabang Bekasi	32
7.	Kantor Cabang Padang	17
8.	Kantor Cabang Surabaya	21
9.	Kantor Cabang Yogyakarta	36
10.	Unit Layanan Syariah Bangka Belitung	1

²⁰ Riki, Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe PT Bumida Divisi Syariah Pusat, 2022.

²¹ Peserta Agen, "Jumlah Agen PT Asuransi Divisi Syariah," 2022.

11.	Unit Layanan Syariah Banjar Masin	18
12.	Unit Layanan Syariah Bengkulu	3
13.	Unit Layanan Syariah Kendari	1
14.	Unit Layanan Syariah Makasar	12
15.	Unit Layanan Syariah Malang	8
16.	Unit Layanan Syariah Manado	1
17.	Unit Layanan Syariah Mataram	5
18.	Unit Layanan Syariah Medan	10
19.	Unit Layanan Syariah Palembang	5
20.	Unit Layanan Syariah Pekanbaru	21
21.	Unit Layanan Syariah Samarinda	9
22.	Unit Layanan Syariah Semarang	13
23.	Unit Layanan Syariah Serang	8
24.	Unit Layanan Syariah Sudirman	1
25.	Unit Layanan Syariah Tangerang	14

Dari hasil jumlah agen disetiap cabang dan layanan unit, mereka saling bekerja sama sesuai porsi yang ditentukan dalam menargetkan produksi produk asuransi syariah, dan bisa kita lihat bahwa peran agen sangat penting terhadap sebuah perusahaan khususnya asuransi syariah. Proses pemasaran pada asuransi syariah memang banyak cara agar produknya terjual, karena produk didalam asuransi berbeda dengan produk yang ada dipasar pada umumnya. Untuk mendistribusikan produk asuransi. Adapun Jalur distribusi penjualan produk asuransi diantaranya: ²²

No.	Jalur Distribusi
1.	Agen
2.	BUSB
3.	Bancassurance
4.	Direct Marketing

Sedangkan didalam PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Divisi Syariah menggunakan system penjualan produk asuransi syariah menggunakan system agen, dimana agen sangat penting dalam penawaran proses pendistribusian atas produk penjualan yang memberikan pelayanan dan menawarkan jasa perlindungan asuransi syariah di PT. Bumida. Adapun type agen syariah terbagi menjadi 4 bagian yaitu, Liaison agent, supervisor agent, unit leader, dan agen non grup.²³

a. Liasison Agent

²² Otoritas Jasa Keuangan, "Produk Asuransi Dan Pemasaran Produk Asuransi POJK Nomor 23/POJK.05/2015" (n.d.).

²³ Landung Eko Hardiono, Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe pada PT. Asuransi Bumiputera Pusat-Divisi Syariah, 2022.

Menurut Bapak Riki bagian klaim kantor Bumida Pusat menyatakan bahwa Liasison agent merupakan bagian pendistribusian yang bergerak di bidang pembiayaan seperti pada bank syariah, dokter, dan, dealer. Ketika ada yang melakukan pembiayaan seperti di dealer. perlu kita ketahui bahwa setiap sesuatu pasti ada risikonya, seperti ketika kita membeli kendaraan secara kredit dan hanya memberikan dp beberapa persen, maka kendaraan tersebut harus diasuransikan, dan disitulah Liasison Agent bergerak. Telah tercatat di PT Bumida Pusat bahwa Liasison agent dengan hasil kontribusi Dokter sekitar 2,58%, LA Dealer 1,56%, dan LA Bank syariah 27,36%.

b. Supervisor Synergy

Supervisor merupakan salah satu type agent yang bergerak sebagai kordinator agen, dimana yang bertugas mengkordinir dan beroperasional kerja agen, dengan mencatat laporan proses atau aktivitas kerja berbentuk tulisan, mengendalikan, dan mengawasi semua kegiatan yang berhubungan dengan agen, pelayanan efektif terhadap pemegang polis, dan bertanggung jawab atas sasaran produksi dan jumlah mutu agen, Angka penjualan type agen supervisor Synergy yaitu 0,12%.

c. Unit Leader

Unit leader merupakan agen yang bergerak di selain pembiayaan, seperti pada perusahaan, pabrik pabrik, dan lainnya. Contohnya ketika di suatu pabrik sepatu akan mengimpor barangnya ke suatu negara atau kota, maka perlu kita ketahui bahwa ada risiko didalamnya, untuk itu perlunya mencegah risiko tersebut dengan beransuransi agar barang yang ingin diimport bisa samai tujuan dengan baik, ketika terjadi suatu musibah saat pengiriman barang maka unit leader akan bergerak. Startegi unit leader menghasilkan jumlah pendapatanya sekitar 3,19%

d. Agen Non group

Type Agen Non group bergerak dengan berdiri sendiri mendistribusikan produk ke pemasaran selain ke unit leader. Seperti mendistribusikan pada perindividu, dengan memprospek dan memberikan edukasi kepada konsumen. Pada Agen non group telah mencapai 65,49 % angka penjualanya.

Dari pemaparan di atas menurut Bapak Riki bagian klaim PT. Bumida Pusat ada 2 variabel agen, yang pertama agen yang sudah memenuhi kriteria dan wawasan luas, selain itu juga memiliki jabatan lama di PT tersebut, dan memiliki hubungan notebook atau jaringan terhadap perusahaan yang ditargetkan. sehingga variable pertama ini dapat mengatasi calon konsumen dengan sendiri. Adapun variable kedua dimana agen ini belum bisa memprospek calon konsumennya sendirian, sehingga diperlukan pendamping dari PT Cabang untuk membantu jalanya pendistribusian produk tersebut.²⁴

2. Produk Asuransi Syariah

a. Produk Asuransi Syariah Pada PT. Asuransi Bumiputera Muda Divisi Syariah Pusat

Elemen penjualan (*the elements of slaes*) yang dilakukan dalam PT. Asuransi Umum Bumiputera unit Syariah 1967, yaitu:

²⁴ Riki, Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe PT Bumida Divisi Syariah Pusat.

1) Produk

Dalam Otoritas Jasa Keuangan, “Produk Asuransi Dan Pemasaran Produk Asuransi POJK Nomor 23/POJK.05/2015” (n.d.). Bab 1 Pasal 1 menjelaskan bahwa Program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko yang dapat diasuransikan yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti dengan memberikan penggantian kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita pemegang polis, tertanggung, atau peserta, atau pemberian jaminan pemenuhan kewajiban pihak yang dijamin kepada pihak yang lain apabila pihak yang dijamin tersebut tidak dapat memenuhi kewajibannya.

Program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko yang terkait dengan keadaan kesehatan fisik seseorang atau menurunnya kondisi kesehatan seseorang yang dipertanggungjawabkan; dan/atau Program yang menjanjikan perlindungan terhadap 1 (satu) jenis atau lebih risiko dengan memberikan penggantian atau pembayaran kepada pemegang polis, tertanggung, atau peserta atau pihak lain yang berhak dalam hal terjadi kecelakaan. Penduduk muslim mayoritas menggunakan produk asuransi syariah dan bahkan masyarakat non muslim juga Sebagian ada yang menggunakan produk asuransi syariah juga.²⁵ Produk di PT. Asuransi Umum Bumiputera unit Syariah 1967 ada produk Korporasi dan Perorangan.

Produk Asuransi syariah meliputi produk asuransi standar, produk asuransi non standar, produk asuransi mikro, produk asuransi Bersama, produk asuransi berkaitan dengan investasi, diantaranya:²⁶ 1). Produk asuransi standar merupakan produk yang sudah menerapkan semua kriteria yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan; 2). Produk asuransi mikro merupakan produk asuransi yang di susun secara baik untuk memberikan perlindungan atas resiko keuangan yang dihadapi masyarakat berpenghasilan rendah; dan 3). Produk asuransi Bersama yaitu produk asuransi yang didesain untuk dipasarkan dan ditanggung mengelola risiko oleh beberapa perusahaan asuransi.

Pada PT. Asuransi Umum Bumiputera Divisi Syariah 1967 memiliki berbagai produk asuransi syariah yaitu korporasi atau dalam perusahaan disebut dengan paket NonKoe berikut yang termasuk produk NonKoe:

- 1) Asuransi Kebakaran merupakan sebuah kerusakan akibat kebakaran yang terjadi dan menimpa harta benda yang ada didalam rumah.²⁷
- 2) Asuransi Kendaraan Bermotor Asuransi Pengangkutan merupakan produk asuransi dimana produk tersebut akan menjamin akan melindungi dari kerugian pada kendaraan motor.

²⁵ Abdul Jalil, Rigita Febriyanti, and Ahmad Luthfi, “Analisis Peran Asuransi Syariah Pada Perekonomian Indonesia,” *Www.Ejournal.Annadwahkualatungkal.Ac.Id* Vol 4 (2021): 13.

²⁶ Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi POJK Nomor 23/POJK.05/2015.

²⁷ KUHD, “Undang Undang Hukum Dagang Bab 9 Pasal 290” (n.d.).

- 3) Asuransi Kecelakaan diri merupakan produk yang memberikan perlindungan pada seorang karyawan dari risiko yang akan terjadi baik selama masa bekerja atau sedang tidak bekerja.
- 4) Asuransi Kesehatan yaitu produk asuransi yang akan melindungi kesehatan diri.
- 5) Asuransi Liability Dokter yaitu produk asuransi ketika seorang dokter mengalami risiko atau dampak dari profesi yang dijalani, maka produk ini akan memberikan perlindungan.
- 6) Asuransi JSHK merupakan produk perlindungan terhadap hubungan kerja diluar jam kerja.
- 7) Asuransi Uang merupakan produk yang akan memberikan perlindungan terhadap risiko kehilangan uang atau surat berharga yang ditempatkan disuatu lemari besi, mesin hitung dan lainnya.
- 8) Asuransi Gagal Panen produk yang akan menanggung risiko terhadap kegagalan panen.
- 9) Asuransi Notaris merupakan produk jaminan pada risiko tanggung gugat yang diterima notaris serta kurang optimalisasian, dan kelalaian profesi notaris terhadap tugasnya.
- 10) Asuransi Penjaminan yaitu produk jaminan perusahaan dengan pemborong sebagai terjamin, dimana untuk menjamin kepentingan milik proyek.

Adapun produk perorangan yaitu produk Paket Koe di antaranya:

- 1) MobilKoe yaitu produk yang akan menanggung terhadap risiko yang terjadi pada kendaraan mobil.
- 2) MotorKoe yaitu produk yang memberikan perlindungan atas risiko kendaraan motor.
- 3) SiswaKoe yaitu produk yang akan melindungi atas risiko para siswa siswi selama melakukan kegiatan disekolah.
- 4) KaryawanKoe yaitu produk yang akan melindungi risiko terhadap para tenaga kerja ketika sedang melakukan aktifitas di dalam kerja dan diluar pekerjaan.
- 5) RumahKoe Idaman Asri yaitu produk jaminan yang akan menanggung risiko atas terjadinya kerusakan, pencurian dan kebakaran.
- 6) SehatKoe yaitu produk yang memberi perlindungan atas risiko yang terjadi pada Kesehatan serta memberikan kemudahan dengan sistem paket yang digunakan seperti bebas memilih rumah sakit.
- 7) SiagaKoe yaitu produk asuransi yang memberi perlindungan risiko terhadap cedera kecelakaan.
- 8) MahasiswaKoe produk asuransi yang melindungi atas risiko yang terjadi pada para mahasiswa seperti mendapatkan santunan pengobatan, kematian.
- 9) RumahKoe Lux produk asuransi yang menanggung atas risiko yang terjadi pada rumah tinggal seperti risiko kebakaran, bencana alam, dan pencurian.

10) SehatKoe Siswa produk asuransi yang memberikan perlindungan terhadap risiko yang terjadi pada para siswa.

2) Produk Asuransi Siswakoe

Produk Asuransi siswakoe pada PT. Asuransi Bumida Divisi Syariah Pusat merupakan produk perorangan dan mudah memberikan perlindungan kepada para siswakoe dimana pada saat berada didalam suatu Lembaga Pendidikan ketika terjadi suatu peristiwa yan datang secara qodarullah seperti mengalami kecelakaan diri dan timbul dengan benefit yang meliputi santunan biaya rawat inap, cacat tetap, pengobatan dan santunan meninggal dunia, selain juga produk mahasiswakoe memiliki benefit bantuan beasiswa serta benefit lainnya.

Adapun akad dalam Asuransi Syariah Siswakoe di PT. Asuransi Umum Bumiputera Unit Syariah 1967 yaitu Polis peserta menggunakan akad *tabarru*, akad *wakalah bil ujah*, dan *mudharabah*. Hal yang harus diperhatikan dalam akad *tabarru* yaitu:²⁸ siswa yang terdaftar menjadi peserta melakukan kesepakatan untuk saling membantu dan menolong ketika terjadi suatu musibah atau resiko dengan ketentuan dan persyaratan peserta polis; dan dana yang dibutuhkan oleh salah satu peserta yang mengalami musibah itu didapatkan dari dana *tabarru* yang dikumpulkan kemudian di untuk santunan asuransi ketika mengalami suatu musibah.

Adapun hal yang harus diperhatikan berdasarkan akad *wakalah bil ujah* yaitu: para peserta memberikan kepercayaan kepada pengelola untuk mendistribusikan pengolahan asuransi syariah yang meliputi pengolahan dana, kegiatan administrasi, pembayaran klaim, underwriting, pengolahan portofolio risiko, dan melakukan pemasaran; dan pihak pengelola perusahaan berhak menerima suatu imbalan atau ujah yang dibebankan dari kontribusi yang dibayarkan para peserta dan dikenakan setelah kontribusi dibayar lunas. Adapun proporsi dana *tabarru* dan *ujrah* yaitu sama sama 50% dari kontribusi.

Berdasarkan akad *mudharabah* ada beberapa hal yang harus disepakati di antaranya: peserta memberikan kepercayaanya kepada pengelola untuk mengelola investasi dari dana tabaru sesuai ketentuan yang telah ditentukan; pengelola berhak menerima ujah berupa bagi hasil dana investasi dana *tabaru*; dan hasil dari investasi tersebut akan diperhitungkan secara kas, dibagikan setiap tahun kepada dana tabaru yang nantinya dikelola menggunakan nisbah bagi hasil dengan dana *tabarru*, dan pengelola sama sama 50%.

Ketika polis diakhir periode terjadi surplus underwriting dana tabaru terhitung berdasarkan aktiva berbentuk kas, maka hasil dana tersebut akan ditempatkan pada cadangan dana tabaru dengan jumlah 2,50%, penempatan alokasi pada peserta sebesar 30%, dan kepada pengelola sebesar 67,5%. Adapun disaat peserta yang mendapatkan alokasi surplus underwriting dana tabaru periode polis terakhir ada beberapa syarat yang harus terpenuhi yaitu: periode asuransi minimal 1 tahun, peserta polis tidak pernah menerima klaim atau tidak pernah mengajukan klaim, peserta tidak membatalkan polisnya, peserta telah melunasi kontribusi. Pada pembagian surplus underwriting dana tabaru pada para peserta pada dasarnya membutuhkan biaya yang cukup besar dari bagian yang dibagikan, pengelola tidak diperbolehkan mengambil bagian peserta. Hak peserta dalam pembagian *surplus underwriting*

²⁸ Produk Asuransi, "Brosur Produk Asuransi Siswakoe Divisi Syariah Pusat," 2022.

akan digunakan untuk penambahan dana *tabaru*, mengkalkulasikan pengurangan kontribusi peserta di periode selanjutnya, ketika masih memiliki hutang atau qordh dalam kewajiban dana tabaru maka surplus underwriting tidak bisa dibagikan.

Dibawah ini merupakan daftar manfaat Asuransi Syariah Mahasiswakoe:²⁹

Daftar Manfaat Paket Asuransi Syariah Siswakoe

Paket Asuransi	Santunan meninggal dunia akibat kecelakaan	Santunan Cacat tetap akibat kecelakaan	Santunan Harian rawat inap maks 14H per tahun	Biaya Pengobatan akibat kecelakaan	Santunan Biaya Pemakaman	Kontribusi/orang/tahun
Juara	7.500.000	9.500.000	125.000	750.000	750.000	15.000
Unggul	10.000.00	12.500.000	175.000/hr	1.000.000	1.000.000	20.000
Pandai	12.500.000	15.500.000	225.000/hr	1.250.000	1.250.000	25.000
Cerdas	150.000.000	180.000.000	250.000/hr	150.000.000	150.000.000	30.000
Tangkas	20.000.000	24.000.000	250.000/hr	2.000.000	2.000.000	40.000
Kualitas	25.000.000	30.000.000	300.000/hr	2.500.000	2.500.000	50.000
Cendekia	37.500.000	40.000.000	400.000/hr	3.750.000	3.750.000	75.000
Prima	50.000.000	55.000.000	450.000/hr	5.000.000	5.000.000	100.000

- Keterangan: Manfaat rawat inap akibat kecelakaan berlaku sejak hari ke 1 periode asuransi, dan berlaku masa tunggu 7 hari.

Adapun fitur-fitur di dalamnya seperti: rumah sakit pilihan bebas; bukti kualitas biaya pengobatan bisa berupa copy legalisir rumah sakit; setiap minimal 25 orang siswa/ mahasiswa yang terdaftar asuransi syariah akan mendapat gratis 1 orang untuk asuransi syariah seperti diberi kartu asuransi siswa/ mahasiswa baik guru, atau staf lainnya; mendapat diskon 10% dalam jumlah lebih dari 100 siswa/ mahasiswa; surplus dana tabaru akan dibagikan sesuai persyaratan tertentu; dan Ada beasiswa sebesar 1 juta untuk level SLTA dengan kontribusi premi dengan minimal 50.000 per siswa, minimal jumlah kontribusi sebesar 20 juta jika tidak melakukan klaim dalam kurun waktu 1 tahun.

Selain terkait fitur-fitur di dalamnya ada juga cara untuk mengajukan klaim di antaranya: Ketika terjadi seperti musibah atau peristiwa kecelakaan yang sudah dicantumkan dalam manfaat asuransi siswa/ mahasiswakoe harap menghubungi ke pihak asuransi 3 x 24 jam; menulis formulir klaim asuransi sesuai akses kejadian, yang bertanda tangan oleh pihak kepala sekolah; melampirkan dokumen pendukung klaim seperti risiko perawatan rumah sakit, risiko perawatan dibawah, dan risiko meninggal dunia seperti surat kematian dari kepolisian; berkas klaim yang diajukan maksimal 300 hari dari tanggal musibah atau kejadian; dan batas formulir dan dokumen persyaratan klaim akan hangus jika dalam waktu 6 bulan.

3. Perkembangan Penjualan Produk Asuransi Siswakoe

a. Penggunaan Akad Dalam Penjualan Produk Asuransi Siswakoe

Pasar yaitu sebuah tempat dimana ada penjual dan pembeli, dan apa yang kita butuhkan ada di dalamnya melalui Produsen untuk didistribusikan kepada konsumen atau saling timbal balik dengan nilai, sebuah marketing atau pemasaran merupakan jalur untuk pendistribusian

²⁹ Asuransi.

produk dari tangan produsen ke konsumen dan didalamnya memuat strategi pemasaran yaitu tahapan tahapan dalam sebuah proses agar suatu marketing terlaksana dengan baik dan benar.³⁰ Adapun penjualan produk asuransi siswako bumiputera Muda Syariah Pusat menggunakan akad dalam asuransi syariah pada umumnya yaitu menggunakan akad tabarru dan tijari, hal ini telah relevan dengan akad pada PT. Asuransi Umum Bumiputera 1967 divisi syariah:

1) Akad Tabarru

Menurut DSN No. 53/DSN-MUI/III/2006 Memaparkan bahwa akad pada asuransi syariah yaitu akad Tabarru merupakan akad diantara pihak peserta dengan pihak perusahaan untuk saling bersepakat agar saling tolong menolong dan saling melindungi antar peserta asuransi, dengan cara mengumpulkan sejumlah dana tabarru.³¹ Didalam akad tabarru seorang yang menanggung itu dilarang mengharapkan sebuah ujroh atau imbalan atas yang mereka berikan kepada tertanggung.³² Setelah terkumpul ketika salah satu peserta mengalami peristiwa atau musibah yang tak terduga maka akan dilindungi oleh para peserta lain dengan menggunakan klaim polis dan berhak menerima manfaat asuransi dalam dana tabarru. Adapun dana tabarru didalamnya menggunakan akad wakalah bil ujrah dalam asuransi merupakan akad untuk menanggulangi pengelolaan risiko dana tabarru, dan meliputi seperti kegiatan pengelolaan dana, administrasi, pembayaran klaim atau santunan, underwriting, dan lainnya. Dana tabarru merupakan dana iuran pemilik tertanggung, bukan milik yang tertanggung.³³

2) Akad Tijari

Analisis Pengaturan Akad Tabarru dan Akad Tijarah Pada Asuransi Syariah (Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 21/Dsn-Mui/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah, N.D., P. 2) Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah, 2022) Dalam Asuransi syariah suatu akad kesepakatan pada umumnya menggunakan akad bagi hasil atau mudharabah, selanjutnya pada perjanjian hukum islam Akad tijari dilakukan menggunakan Mudharabah yaitu akad bagi hasil, jika didalam PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967 akad mudharabah dilakukan dalam pengelolaan investasi dana tabarru.

Asuransi syariah juga memiliki prinsip dasar yang harus dimiliki setiap perasuransian khususnya syariah Adapun prinsip didalamnya yaitu saling tolong menolong, bertanggung jawab dan saling melindungi.³⁴ Adapun lebih jelasnya yaitu:

Pertama, taqwa (tauhid), prinsip tauhid merupakan suatu syarat ummat manusia untuk diterapkan dalam bermu'amalah, karena agar dapat membawa ummat manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, dikutip dalam surat Az-zukhruf ayat 32 kandungan ayat tersebut yaitu "apa mereka membagi bagi rahmat Allah? Kami sudah menentukan kehidupan mereka di dunia, dan kami sudah meninggikan Sebagian mereka dalam hal derajat

³⁰ Awaliyah, "Peran Dan Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pt Asuransi Jiwa Syariah Bersama Bumiputera," 11.

³¹ Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No: 21/Dsn-Mui/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syari'ah.

³² Oktayani, "Konsep Tolong Menolong Dalam Asuransi Syariah," 43.

³³ Nur Kholis, *Asuransi Syariah Di Indonesia: Konsep Dan Aplikasi, Serta Evaluasinya*, Zulfa (Sukabumi: Farhah Pustaka, 2021), 70.

³⁴ Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, 99.

supaya dapat digunakan dengan baik, dan rahmat Allah itu jauh lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan.

Kedua, adil (*al-adl*), al-Quran telah menjadikan semua risalahnya yaitu untuk melaksanakan sebuah keadilan. Syekh Al-Qardawi menyatakan bahwasannya pilar sanggahan kebebasan ekonomi itu telah berdiri diatas kemuliaan fitrah manusia dan dan menyempurnakannya dengan pilar keadilan. Fondasi dari ajaran agama islam seperti akhlak, akidah, adalah sifat adil. Allah SWT telah memerintahkan kita untuk adil dalam setiap melakukan kebajikan, saling memberi kepada kerabat.

Ketiga, menjauhi Kedzaliman (*az-dzulm*), prinsip dasar bermuamalah yaitu dengan menjauhkan sifat dzalim, karena sifat dzalim yaitu sifat syaitan. Islam sangat melarang keras untuk berbuat dzalim, dan siksaan orang yang berdzalim adalah siksaan keras di dunia dan diakhirat. Prinsip menjauhi kedzaliman yang dilakukan dalam asuransi syariah yaitu dengan menjalankan keuntungan produk bagi para peserta sesuai perlindungan yang dibutuhkan dan tidak saling mendzalimi.

Keempat, tolong menolong (*at-ta'awun*), setiap perusahaan asuransi syariah telah menerapkan prinsip saling tolong menolong kebaikan dalam bentuk ketika suatu peserta mengambil produk asuransi, maka para peserta lain akan membantu dalam memenuhi dana kebutuhannya seperti Kesehatan, kecelakaan atau kerugian lainnya. Dengan menggunakan dana tersebut perusahaan asuransi akan menampung pengumpulan danapeserta untuk digunakan peserta lainnya ketika mengalami musibah atau kerugian. Dalam QS. Al-Maidah ayat:2 menerangkan bahwa Allah memerintahkan hambanya untuk saling tolong menolong dan mengerjakan kebajikan, dan janganlah memberi pertolongan kepada kejahatan dan berbuat dosa. Terdapat dalam sebuah hadist Imam Bukhari Muslim dan Abu Daud menyatakan barang siapa yang ikut serta untuk saling memenuhi kebutuhan kerabatnya, maka Allah juga akan memenuhi kebutuhan hamba-Nya.³⁵

Adapaun lembaga untuk membantu konsultasi dalam pendistribusian produk asuransi, selain itu juga bisa mengatasi ketika sedang melakukan klaim disaat nasabah tdk paham akan persyaratan suatu polis asuransi yaitu dinamakan pialang asuransi, atau sebuah alat perantara untuk melengkapi asuransi syariah, dan akan mengelola klaim asuransi atas suatu permasalahan yang dialami. Adapun pialang asuransi juga merupakan sebuah organisasi yang bukan perusahaan asuransi atau bergerak sebagai manajemen penyaluran distribusi selain itu juga berperan sebagai wakil dari kepentingan yang dibutuhkan nasabah asuransi yang bisa menawarkan pembelian produk asuransi terbaik, pada penelitian ini adanya pialang asuransi syariah bertujuan untuk mengembangkan dalam kepentingan sebuah perusahaan, dan membangun inovasi dalam digitalisasi.³⁶

b. Perkembangan Jumlah Penjualan Produk Asuransi Siswakoe

³⁵ Soemitra, *Asuransi Syariah*, 49.

³⁶ Robiatul Endah Adawiyah, Moh Sundus, and Udin Wahrudi, "Analisis Pialang Asuransi Dan Reasuransi Dalam Perkembangan Digitalisasi Di Tengah Persaingan Teknologi," [Http://Jurnal.Uinbanten.Ac.Id/Index.Php/Si/Issue/Archive](http://Jurnal.Uinbanten.Ac.Id/Index.Php/Si/Issue/Archive) Vol 8 (2022): 38.

Adapun tabel jumlah produksi penjualan produk Asuransi SiswaKoe PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Unit Syariah Pusat Tahun 2017-2021:³⁷

No.	Tahun	Jumlah produksi
1.	2017	2.091 Sekolah
2.	2018	1.657 Sekolah
3.	2019	1.729 Sekolah
4.	2020	980 Sekolah
5.	2021	1.091 Sekolah

Berdasarkan pemaparan tabel diatas Produk Asuransi SiswaKoe merupakan salah satu produk penjualan PT. Bumiputera Muda 1967 Pusat Syariah, dari hasil wawancara bersama Bapak Landung Eko Hardiono sebagai Kepala Bagian Klaim dan Reasuransi Pusat. Beliau menjelaskan bahwa jumlah produksi produk siswakoe, di tahun 2017 meningkat, ditahun 2018 mengalami penurunan jumlah peserta salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu para calon peserta lebih banyak menggunakan bpjs sehingga penggunaan produk siswakoe menurun. Pada saat masa pandemi dengan total 980 sekolah di berbagai daerah juga berkurang tetapi tahun 2021 telah meningkat kembali dengan jumlah sekitar 1.091 lembaga sekolah yang mendaftar produk siswakoe. Dan beliau menyatakan di tahun 2022 akan meningkat dengan sesuai target kantor, berdasarkan data produksi siswakoe yang telah berhasil meningkat kembali dan membawa perkembangan, berarti strategi pemasaran agen telah mendistribusikan produk asuransi syariah dengan baik, sehingga angka penjualan bisa mencapai diatas rata rata dari tahun sebelumnya.³⁸

Adapun peran agen ketika melakukan proses pemasaran terhadap Pendidikan sekolah yaitu diantaranya dengan cara seorang agen diberikan sertifikasi dari perusahaan asuransi, diberikan pembinaan dan pembekalan sehingga ketika turun dilapangan agen bisa membawa nama baik perusahaan, menurut Bapak Riki bagian klaim di pusat syariah menyatakan bahwa seorang agen itu membawa nama perusahaan sehingga ketika agen bekerja dengan baik maka nama perusahaan tersebut akan baik dimasyarakat. Selain itu juga agen akan merekrut calon konsumen seperti melakukan pengenalan disebuah Pendidikan seperti sekolah yang didampingi oleh rekan perusahaan yang ditugaskan untuk mendampingi, setelah itu melakukan kontrak atau kesepakatan dengan Pendidikan tersebut, jika kedua belah pihak sudah saling menyetujui maka agen tersebut dianggap sudah berhasil memasarkan produksi produk asuransi siswakoe syariah. Setelah selesai dengan target yang ditentukan maka agen dan para divisi atau karyawan PT Bumida akan melakukan kegiatan evaluasi, agar agen terus bergerak dan diarahkan, dan agen dapat terus meningkatkan strategi pemasarannya.

³⁷ Produk Asuransi, "Data Jumlah Penjualan Produk Asuransi Siswakoe Tahun 2017-2021," 2022.

³⁸ Hardiono, Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe pada PT. Asuransi Bumiputera Pusat-Divisi Syariah.

D. SIMPULAN

Dari pemaparan diatas bahwa asuransi syariah merupakan alat untuk saling melindungi, dan saling tolong menolong karena didalamnya mengandung akad tabaru yaitu menolong, bukan mentransfer risiko, tetapi menolong ketika ada yang membutuhkan. Pada PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967 merupakan perusahaan asuransi yang memiliki startegi pemasaran yang berkualitas yaitu dengan bentuk agen dengan menggunakan akad tabarru dan akad tijari. Agen merupakan penghubung untuk mendistribusikan produk asuransi syariah, dengan adanya agen perusahaan akan mendapatkan presentase seperti laporan keuangan yang stabil bahkan meningkat, membawa nama baik perusahaan, dan menjadikan perusahaan berkembang, tetapi jika agen tidak mengikuti prosedur penjualan yang diatur oleh PT. Bumida, maka tidak menutup kemungkinan perusahaan akan menurun tingkat kualitas pemasarannya karena kurang efektifan agen terhadap tugasnya, dan tidak mengikuti arahan arahan yang telah disepakati. Selain itu juga Kantor cabang dan unit layanan syariah memiliki agen agen tersendiri untuk membantu jalanya pendistribusian produk asuransi syariah. Jadi startegi pemasaran agen yang digunakan PT. Bumida memiliki kualitas yang baik, sehingga Bapak Landung menyatakan target pendapatan di tahun 2022 mencapai 60 M, dimana lebih meningkat dari tahun sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Robiatul Endah, Moh Sundus, and Udin Wahrudi. "Analisis Pialang Asuransi Dan Reasuransi Dalam Perkembangan Digitalisasi Di Tengah Persaingan Teknologi." *Http://Jurnal.Uinbanten.Ac.Id/Index.Php/Si/Issue/Archive* Vol 8 (2022).
- Afran, Aufan. "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada P.T Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Kediri)." PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI, 2020.
- Agen, Peserta. "Jumlah Agen PT Asuransi Divisi Syariah," 2022.
- Ajib, Muhammad. *ASURANSI SYARIAH*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019.
- Asuransi, Produk. "Brosur Produk Asuransi Siswakoe Divisi Syariah Pusat," 2022.
- . "Data Jumlah Penjualan Produk Asuransi Siswakoe Tahun 2017-2021," 2022.
- Awaliyah, Dita. "PERAN DAN STRATEGI PEMASARAN AGEN DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PT ASURANSI JIWA SYARIAH BERSAMA BUMIPUTERA." INSTITUT AGAMA ISAM NEGERI BENGKULU, 2019.
- Dewan Syariah Nasional. FATWA DEWAN SYARI'AH NASIONAL NO: 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang PEDOMAN UMUM ASURANSI SYARI'AH, § Pedoman Umum Syariah (n.d.).
- Hardiono, Landung Eko. Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe pada PT. Asuransi Bumiputera Pusat-Divisi Syariah, 2022.
- Hasan, Ichsan Nurul. *Pengantar Asuransi Syariah*. ke 1 vols. Jakarta: Gaung Persada Press Group, 2014.
- Humaemah, Ratu, and Ulpatiyani. "ANALISIS MANAJEMEN RISIKO DANA TABARRU ASURANSI SYARIAH (STUDI PADA PT ASURANSI UMUM BUMIPUTERA MUDA 1967 SERANG)," 2021.
- Jalil, Abdul, Rigita Febriyanti, and Ahmad Luthfi. "Analisis Peran Asuransi Syariah Pada Perekonomian Indonesia." *Www.Ejournal.Annadwahkualatungkal.Ac.Id* Vol 4 (2021).

- Kholis, Nur. *Asuransi Syariah Di Indonesia: Konsep Dan Aplikasi, Serta Evaluasinya*. Zulfa. Sukabumi: Farhah Pustaka, 2021.
- KUHD. Undang Undang Hukum Dagang Bab 9 Pasal 249 (n.d.).
- . Undang Undang Hukum Dagang Bab 9 Pasal 290 (n.d.).
- Mahriani, Elida, Hendrianto, and Nur Arista. "Implementasi Strategi Pemasaran Model Segmentasi Terhadap Produk Asuransi Kebakaran" 8 (2022).
- Oktayani, Dewi. "KONSEP TOLONG MENOLONG DALAM ASURANSI SYARIAH," 2018.
- Otoritas Jasa Keuangan. Produk Asuransi dan Pemasaran Produk Asuransi POJK Nomor 23/POJK.05/2015 (n.d.).
- Pane, Ismail, Ahmad Maulidizen, Arfianty, Aditya Wardhana, Musnaini, Arum Ardianingsih, Abdurohim, et al. *Tinjauan Hubungan Manajemen Risiko Dan Asuransi*. Purbalingga, 2022.
- Riki. Strategi Pemasaran Agen Terhadap Penjualan Produk Asuransi Siswakoe PT Bumida Divisi Syariah Pusat, 2022.
- Rony, Tussoleha Zahara. *SIAP FOKUS SIAP MENULIS SKRIPSI TESIS DISERTASI*. Vol. Vol 1. Jakarta: Pusat Studi Sumber Daya Manusia, 2017.
- Saniatusilma, Hifi, and Noven Suprayogi. "MANAJEMEN RISIKO DANA TABARRU' PT. ASURANSI JIWA SYARIAH AL AMIN." *Universitas Airlangga* Vol. 2 (2015).
- Soemitra, Andri. *ASURANSI SYARIAH*. Medan: Wal Ashri, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Suparmin, Asy'ari. *ASURANSI SYARIAH KONSEP HUKUM DAN OPERASIONAL*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Susilo, Edi, and Maghfirotn Nikmah. "Strategi Pemasaran Agen" 02 (2018).
https://docs.google.com/document/d/1hyPL671t8S5ij-jb33WqTTFRc49XlITSEgzFgYgoESw/edit?usp=drive_web&oid=112719878742048850448&usp=embed_facebook.
- Tobing, David Hizkia, Yohanes Kartika Herdiyanto, Dewi Puri Astiti, I Made Rustika, Komang Rahayu Indrawati, Luh Kadek Pande Ary Susilawati, Luh Made Karisma Sukmayati Suarya, et al. *Pendekatan Dalam Penelitian Kualitatif*. Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran UNIVERSITAS UDAYANA, 2017.