

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Asuransi Syariah

a. Pengertian Asuransi Syariah

Secara etimologi Asuransi dalam bahasa Arab disebut *at-ta'min*, penanggung disebut *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'ammanah lahu* atau *musta'min*. Sedangkan *at-ta'min* dari kata *amana*, karena memiliki arti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.¹

Secara terminology Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful, Tadhamu*), menurut DSN-MUI adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.²

Definisi Asuransi yang lebih lengkap adalah seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian Bab 1 Pasal 1 yang berbunyi:

“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak tertanggung 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

¹ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)*..., hal. 28

² *Ibid.*, hal. 30

kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita bertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggung.³

Secara umum, asuransi syariah dapat diartikan dengan asuransi yang prinsip operasionalnya didasarkan pada syari'at Islam dengan mengacu kepada al-Qur'an dan al-Sunnah. Pengertian secara umum ini, sebenarnya tidak jauh berbeda dengan pengertian asuransi konvensional. Kedua asuransi tersebut dalam konteks perusahaan asuransi hanya berfungsi sebagai fasilitator atau mediator hubungan fungsional antara peserta penyeter premi (penanggung) dengan peserta penerima pembayaran klaim (bertanggung). Perbedaan yang paling utama di antara keduanya terletak pada pengelolaan dan pendayagunaan premi yang disetor peserta, serta sumber dan cara pembayaran klaim. Jika pada asuransi konvensional, pengelolaan dan pendayagunaan premi yang disetor peserta diinvestasikan dengan menggunakan prinsip bunga, sedangkan dalam asuransi syariah diinvestasikan dengan menggunakan sistem yang dibenarkan syari'ah.⁴

Asuransi syariah merupakan salah satu jenis lembaga keuangan syariah non bank. Asuransi syariah juga memiliki kesamaan fungsi dengan lembaga keuangan syariah non bank

³ AM. Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam: Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoritis & Praktis*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), hal. 61

⁴ Yadi Janwari, hal. 5

lainnya, yakni untuk memperoleh keuntungan dari hasil investasi dana yang dikumpulkan dari peserta asuransi. Cara pembagian keuntungan pengelolaan dana peserta asuransi dilakukan dengan prinsip bagi hasil (*profit and loss sharing*). Dalam hal ini perusahaan asuransi bertindak sebagai pihak pengelola dana (*mudharib*) yang menerima pembayaran dari peserta asuransi untuk dikelola dan diinvestasikan sesuai dengan prinsip syariah (bagi hasil). Sedangkan peserta asuransi bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) yang akan memperoleh manfaat jasa perlindungan, penjaminan dan bagi hasil dari perusahaan asuransi.⁵

b. Dasar Hukum Asuransi Syariah

Agar ketentuan asuransi syariah memiliki kekuatan hukum harus terdapat undang-undang mengenai peraturan asuransi syariah. Khusus di Indonesia pelaksanaan praktik Asuransi Syariah didasarkan pada beberapa landasan, yaitu : landasan syariah, landasan yuridis, dan landasan filosofis.

1) Landasan syariah

Di dalam al-Qur'an tidak disebutkan secara tegas ayat yang menjelaskan tentang praktik asuransi seperti yang ada pada saat ini. Hal ini terindikasi dengan tidak munculnya istilah asuransi atau *at-ta'min* secara nyata dalam al-Qur'an. Walaupun begitu al-Qur'an masih mengakomodir ayat-ayat

⁵ Hendi Suhendi, Deni K. Yusuf, *Asuransi Takaful dari Teoritis ke Praktis*, (Bandung: Mimbar Pustaka, 2005), hal. 9

yang mempunyai muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi, seperti nilai dasar tolong-menolong, kerja sama, atau semangat untuk melakukan proteksi terhadap peristiwa kerugian (*peril*) di masa mendatang.

Salah satu ayat yang mempunyai muatan nilai-nilai yang ada dalam praktik asuransi adalah Surah al-Maidah (5) : 2

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (٢)

Artinya: "...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya."

Ayat tersebut memuat perintah (*amr*) untuk tolong-menolong antar sesama manusia. Dalam bisnis asuransi, nilai ini terlihat dalam praktik kerelaan anggota (*nasabah*) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*). Dana sosial ini berbentuk rekening *tabarru'* pada perusahaan asuransi dan difungsikan untuk menolong salah satu anggota (*nasabah*) yang sedang mengalami musibah (*peril*).

2) Landasan yuridis

Landasan yuridis yang menjadi dasar dalam pelaksanaan dan pengembangan dunia perasuransian. Khusus di Indonesia, kehadiran asuransi syariah merupakan keikutsertaan umat Islam dalam mengembangkan perasuransian di Indonesia sebagaimana tercermin dalam Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian. Sekalipun memang Undang-Undang tersebut tidak secara tersurat mengatur tentang prinsip operasional asuransi syariah.⁶

Keberadaan Asuransi syariah di Indonesia sebagai sebuah badan usaha di bidang perasuransian ini dilegalisir oleh Persetujuan Departemen Kehakiman Republik Indonesia Nomor: C2-18.286.MT.01.01 Tahun 1994 tertanggal 14 Desember 1994. Selain itu, keberadaan asuransi syariah pun telah mendapatkan izin operasi dari Materi Keuangan Republik Indonesia Nomor 247/KMK.017/1995 tentang 5 Mei 1994.

3) Landasan filosofis

Landasan filosofis atau bisa pula disebut landasan teologis. Dalam landasan ini tersirat bahwa asuransi syari'ah merupakan salah satu solusi bagi pihak-pihak yang hendak mengatasi musibah atau bencana yang bisa terjadi sewaktu-waktu.

⁶ Yadi Janwari, hal. 11

Dalam teologi Islam, yang masyhur bahwa musibah dan bencana yang menimpa manusia itu merupakan qadha dan qadar Allah Swt. Namun demikian, bukan berarti bahwa keterlibatan dalam asuransi merupakan salah satu upaya untuk menolak qadha dan qadar Allah Swt, melainkan salah satu upaya untuk meminimalisir risiko finansial yang mungkin akan diderita. Hal ini berarti bahwa sekalipun Allah Swt telah menetapkan qadha dan qadar manusia, tetapi manusia masih memiliki kesempatan untuk merubah atau mengkondisikan qadha dan qadar tersebut.⁷

c. Prinsip Asuransi Syariah

Prinsip utama dalam asuransi syariah adalah *ta'awanu 'ala al birr wa al-taqwa* (tolong-menolonglah kamu sekalian dalam kebaikan dan takwa) dan *al-ta'min* (rasa aman). Prinsip ini menjadikan para anggota atau peserta asuransi sebagai sebuah keluarga besar satu dengan lainnya saling menjamin dan menanggung risiko. Hal ini disebabkan transaksi yang dibuat dalam asuransi takaful adalah akad *takafuli* (saling menanggung), bukan akad *tabaduli* (saling menukar) yang selama ini digunakan oleh asuransi konvensional, yaitu pertukaran pembayaran premi dengan uang pertanggungan.⁸

⁷ *Ibid.*, hal. 12

⁸ Gemala Dewi, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 146

Para pakar ekonomi Islam mengemukakan bahwa asuransi syariah atau asuransi takaful ditegakkan atas tiga prinsip utama, yaitu:

- 1) Sesama muslim saling bertanggung jawab. Kehidupan di antara sesama muslim terikat dalam suatu kaidah yang sama dalam menegakkan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, kesulitan seorang muslim dalam kehidupan menjadi tanggung jawab sesama muslim yang lain.
- 2) Sesama muslim saling bekerja sama atau bantu membantu. Seorang muslim akan berlaku bijak dalam kehidupan, ia merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, seorang muslim dituntut mampu merasakan dan memikirkan apa yang dirasakan dan dipikirkan saudaranya. Keadaan ini akan menimbulkan sikap saling membutuhkan antar sesama muslim dalam menyelesaikan berbagai masalah.
- 3) Sesama muslim saling melindungi penderitaan satu sama lain. Hubungan sesama muslim tersebut dapat diibaratkan suatu badan, yang apabila salah satu anggota badan terganggu atau kesakitan maka seluruh badan akan ikut merasakan. Maka saling tolong-menolong dan membantu menjadi bagian yang

tidak terpisahkan dalam sistem kehidupan masyarakat muslim.⁹

d. Sistem Operasional Asuransi Syariah

Sistem operasional asuransi syariah dilandasi oleh tiga prinsip, yaitu rasa saling tanggung jawab, kerja sama dan saling membantu, serta saling melindungi antara para peserta dan perusahaan. Perusahaan asuransi syariah bertindak sebagai *mudharib*, yaitu pihak yang diberi kepercayaan atau amanah oleh para peserta sebagai *shahibul mal* untuk mengelola uang premi dan mengembangkan dengan jalan yang halal sesuai dengan syar'i serta memberikan santunan kepada yang mengalami musibah sesuai dengan akad.¹⁰

Berdasarkan akad yang disepakati, perusahaan dan peserta mempunyai hak dan kewajiban yang harus ditunaikan. Kewajiban tertanggung adalah membayar uang premi sekaligus di muka atau angsuran secara berkala. uang premi yang diterima perusahaan dipisahkan atas rekening tabungan dan rekening *tabarru'*. Sementara itu, hak tertanggung diantaranya adalah mendapatkan uang pertanggungan atau klaim serta bagi hasil jika ada, dengan mudah dan cepat.

⁹ Heri Sudarsosno, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), hal. 115-116

¹⁰ Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah Keberadaan dan Kelebihannya di tengah Asuransi Konvensional*, (Jakarta: PT Elwx Media Komputindo, 2006), hal. 67

Kewajiban perusahaan asuransi adalah memegang amanah yang diberikan para peserta dalam hal mengatasi risiko yang kemungkinan mereka alami. Perusahaan juga menjalankan kegiatan bisnis dan mengembangkan dana tabungan yang dikumpulkan sesuai dengan hukum syariah. Sementara itu, dana *tabarru'* yang telah diniatkan sebagai dana kebajikan/*derma* diperuntukkan bagi keperluan para nasabah yang terkena musibah. Sedangkan hak perusahaan asuransi syariah diantaranya menerima premi, mengumpulkan dan mempergunakannya untuk kegiatan bisnis serta mendapatkan bagi hasil dari kegiatan usaha yang dijalankan.¹¹

Perusahaan asuransi syariah diberi kepercayaan atau amanah oleh para peserta untuk mengelola premi, mengembangkan dengan jalan halal, dan memberikan santunan kepada yang mengalami musibah sesuai isi akta perjanjian. Dan keuntungan perusahaan diperoleh dari pembagian keuntungan dana peserta yang dikembangkan dengan prinsip *mudharabah* (sistem bagi hasil), di mana peserta berkedudukan sebagai pemilik modal (*shahibul mal*) dan perusahaan berkedudukan sebagai pemegang amanah (*mudharib*).¹²

¹¹ *Ibid.*, hal. 68

¹² Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General) Konsep dan Sistem Operasional*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), hal. 177

Dalam mekanisme pengelolaan dana, asuransi dibagi ke dalam dua bagian, yaitu:

1) Takaful Keluarga

Pengelolaan dana asuransi Islam pada takaful keluarga terdapat dua sistem yang dipakai, yaitu sistem pengelolaan dana dengan unsur tabungan dan sistem pengelolaan dana tanpa unsur tabungan. Untuk aktivitas asuransi Islam takaful keluarga yang tanpa unsur tabungan, mekanisme operasional pengelolaan dananya sama saja dengan mekanisme operasional takaful umum.¹³ Sedangkan mekanisme operasional pengelolaan dana pada Asuransi takaful Keluarga dengan unsur tabungan adalah sebagai berikut:

- a) Premi takaful yang diterima dimasukkan ke dalam “Rekening Tabungan” yaitu Rekening tabungan peserta dan “Rekening Khusus (*Tabarru'*)” yaitu rekening yang khusus disediakan untuk kebaikan berupa pembayaran klaim (manfaat takaful) kepada ahli waris jika di antara peserta ada yang ditakdirka meninggal dunia atau mengalami musibah lainnya.
- b) Premi Takaful tersebut disatukan dalam kumpulan dana peserta, kemudian dikembangkan melalui investasi proyek yang dibenarkan Islam, dengan menerapkan prinsip al-

¹³ Widyaningsih, et. All., *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 266

Mudharabah sesuai dengan kesepakatan misalnya 70% keuntungan untuk peserta dan 30% untuk perusahaan.

c) Dari keuntungan peserta yang 70% itu dimasukkan dalam rekening tabungan dan rekening khusus secara proporsional. Sedangkan keuntungan perusahaan sebesar 30% dipergunakan untuk pembiayaan operasional perusahaan.

d) Realisasi pembayaran rekening dilakukan jika:

- 1) Masa pertanggungan berakhir
- 2) Peserta mengundurkan diri dalam masa pertanggungan
- 3) Peserta meninggal dunia dalam masa pertanggungan.

Sedangkan pembayaran rekening dilakukan jika:

- 1) Peserta meninggal dunia dalam masa pertanggungan
- 2) Masa pertanggungan berakhir.

2) Takaful Umum

Mekanisme pengelolaan dana Takaful Umum dilakukan sebagai berikut:

a) Premi Takaful yang diterima dimasukkan ke dalam rekening khusus (*Tabarru'*) yaitu rekening yang khusus disediakan untuk kebaikan berupa pembayaran klaim kepada peserta jika sewaktu-waktu tertimpa musibah baik terhadap harta maupun diri peserta.

- b) Premi *Takaful* tersebut dimasukkan ke dalam “Kumpulan Dana Peserta”, kemudian dikembangkan melalui investasi proyek yang dibenarkan Islam.
- c) Keuntungan investasi yang diperoleh dimasukkan ke dalam “Kumpulan Dana Peserta”
- d) Setelah dikurangi beban asuransi (klaim, premi reasuransi) dan masih terdapat kelebihan, maka kelebihan itu akan dibagi menurut prinsip *al-mudharabah*.
- e) Keuntungan peserta akan dikembalikan kepada peserta yang tidak mengalami musibah. Sedangkan keuntungan perusahaan akan digunakan untuk pembiayaan operasional perusahaan.¹⁴

e. Produk Asuransi Syariah

Konsekuensi dan perkembangan asuransi syariah dan banyaknya masalah masyarakat yang ditemui, akan berdampak semakin beragam produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Produk asuransi syariah merupakan representasi dari kondisi “permintaan” masyarakat akan keberadaan suatu produk. Maka dengan keadaan ini perlu dukungan dari berbagai elemen masyarakat untuk menjadikan posisi asuransi syariah dengan produk-produknya semakin berarti dalam masyarakat.¹⁵

¹⁴ Warkum Sumitro, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait BMI & Takaful di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2002), hal. 183-185

¹⁵ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah...*, hal. 126

Sebagai sebuah perusahaan asuransi, maka asuransi syariah pun menawarkan produk-produk perasuransianya. Produk asuransi yang dimaksud di sini adalah program atau fasilitas yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi dan bisa dimanfaatkan atau digunakan oleh masyarakat sebagai calon peserta asuransi. Pada awalnya, produk-produk yang ditawarkan oleh asuransi syariah ini terbagi kepada dua kategori utama sesuai dengan jenis asuransi itu sendiri, yakni produk asuransi umum dan asuransi keluarga.¹⁶

1) Produk Asuransi umum

a) Asuransi Kendaraan Bermotor

Asuransi untuk kendaraan bermotor rata-rata memberikan kontribusi premi yang tinggi karena memang pangsa pasar untuk asuransi kendaraan bermotor ini di industry asuransi konvensional juga sangat tinggi. Yang menjadi permasalahan adalah jenis asuransi ini cukup rawan terhadap hasil underriting baik karena pengaruh resiko fisik maupun resiko yang terkait dengan moral (*moral hazard*).¹⁷

b) Asuransi Kebakaran

Produk asuransi kebakaran memberikan perlindungan terhadap kerugian dan atau kerusakan sebagai akibat terjadinya kebakaran yang disebabkan percikan api, sambaran petir,

¹⁶ Yadi Janwari, *Asuransi Syariah...*, hal. 58

¹⁷ Muhammad Iqbal, *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik (Upaya Menghilangkan Gharar, Maisir, dan Riba)*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), hal. 41

ledakan pesawat terbang berikut resiko yang ditimbulkannya. Dan juga dapat diperluas dengan tambahan jaminan polis yang lebih luas sesuai dengan kebutuhan. Jaminan risiko-risiko tambahan, dengan dikenakan tambahan premi untuk kerugian atau kerusakan yang diakibatkan terhadap risiko-risiko.¹⁸

c) Asuransi Kecelakaan Diri

Produk asuransi ini menjamin risiko-risiko yang terjadi sebagai akibat kecelakaan, cacat tetap seluruhnya akibat kecelakaan. Seperti kehilangan penglihatan dari kedua belah mata, kehilangan kedua belah tangan atau kaki, kehilangan satu tangan atau satu kaki, dsb.

2) Produk Asuransi Keluarga

a) Asuransi Dana Siswa

Program asuransi dana siswa adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mitra uang Rupiah dan US Dollar untuk putra-putrinya sampai sarjana.¹⁹

b) Asuransi Kesehatan

Produk ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan dana santunan rawat inap dan operasi bila peserta sakit dan kecelakaan dalam masa perjanjian.

c) Asuransi Dana Investasi

¹⁸Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)*..., hal. 661

¹⁹Muhammad Syakir Sula, hal. 641

Asuransi dana investasi adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata Rupiah dan US Dollar sebagai dana investasi yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal atau sebagai bekal untuk hari tuanya.²⁰

d) Asuransi Dana Haji

Dalam asuransi dana haji ini, asuransi syariah memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempersiapkan dana untuk menunaikan ibadah haji. Sama halnya dengan produk asuransi dana siswa, peserta memiliki dua kemungkinan masih hidup sampai masa kontrak dan meninggal dunia selama masa kontrak berlangsung. Bila peserta masih hidup sampai masa kontrak berakhir, maka pembayaran klaim yang berasal dari rekening tabungan peserta dan porsi bagi hasil, akan diterima oleh peserta yang bersangkutan untuk biaya menunaikan ibadah haji. Tetapi bila peserta meninggal dunia pada saat masa kontrak masih berlangsung, maka pembayaran klaim berupa rekening tabungan peserta, porsi bagi hasil, dan dana kebajikan yang

²⁰ *Ibid.*, hal. 638

diambil dari tabungan *tabarru'* akan diterima oleh ahli warisnya untuk biaya menunaikan ibadah haji.²¹

f. Produk Mitra Mabru Plus

Mitra mabrur plus hadir untuk mempersiapkan dana menunaikan ibadah haji, melalui perpaduan perlindungan asuransi dan tabungan, sesuai dengan prinsip syariah. Produk ini merupakan gabungan antara unsur tabungan dan unsur mudharabah (tolong-menolong dalam menanggulangi musibah) jika peserta ditakdirkan meninggal dunia.

Manfaat yang akan didapatkan peserta setelah menjadi peserta asuransi adalah sebagai berikut:

- 1) Dana tabungan yang telah disetor
- 2) Bagian keuntungan atas hasil investasi dana tabungan
- 3) Bagian keuntungan atas dana khusus (*tabarru'*) yang ditentukan oleh AJB Bumiputera 1912.

Jika pihak yang diasuransikan meninggal dunia dalam masa asuransi, maka pihak yang ditunjuk akan menerima:

- 1) Dana investasi yang telah disetor
- 2) Bagi hasil (*mudharabah*) sebesar 70% dari pengembangan dana investasi.

Apabila peserta mengundurkan diri sebelum akhir masa asuransi, maka peserta akan menerima nilai tunai dari:

²¹ Yadi Januari, hal. 64

- 1) Dana investasi yang telah disetor
- 2) Bagi hasil (*mudharabah*) sebesar 70% dari pengembangan dana investasi.²²

2. Strategi Meningkatkan Jumlah Pelanggan/Nasabah

Tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk membuat keuntungan, dalam banyak kasus saat ini hanya dapat dicapai dengan memenangkan dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan adalah sumber dari suatu organisasi dan alasan keberadaannya. Untuk itu perusahaan harus mengetahui, memahami, dan memenuhi harapan pelanggan mereka, karena kalau harapan mereka tidak dipenuhi, maka pelanggan akan cepat beralih ke pesaing dan itu akan merugikan perusahaan.

Harapan pelanggan dapat diidentifikasi melalui riset pasar. Setelah mengidentifikasi harapan yang harus dipenuhi itu, perlu bagi perusahaan untuk mengukur diri terhadap harapan mereka. Dengan demikian, akan kembali ke pelanggan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dicapai melalui survei pelanggan. Pelanggan adalah satu-satunya hakim apakah perusahaan telah memenuhi harapan mereka atau belum.²³

²² Mirantini Tri Kuntari, *Analisis SWOT pada Produk Asuransi Mitra Mabru Plus, Pada AJB bumiputera 1912 Divisi Syariah*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Tidak Diterbitkan, 2015), Hal. 7

²³ Akademi Asuransi, *Pentingnya Pelanggan (Customer)*, dalam www.akademiasuransi.org/2014/01/pentingnya-pelanggan-customer.html, diakses pada tanggal 25 Juli 2016

Bagian penting lainnya dari fokus pada nasabah adalah untuk mengetahui secara teratur apa yang pelanggan rasakan tentang produk atau jasa perusahaan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan, menganalisis hasil dan melakukan perbaikan di bagian yang diperlukan. Mencari *feed back* dari pelanggan dan mengambil tindakan setelah adanya umpan balik merupakan bahan utama dalam fokus pelanggan.

Strategi yang dipakai oleh perusahaan untuk menjaga pelanggannya adalah dengan dua cara yaitu melalui :

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kotler dan Armstrong (2001) mengartikan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Sementara Kotler (1994) berpendapat bahwa mutu produk dipakai untuk

menyatakan tingkat kemampuan kerja suatu produk sesuai spesifikasi yang dijanjikan.

John Sviokla seperti yang dikutip oleh Lupiyoadi (2001) mengemukakan bahwa kualitas suatu produk memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari aspek-aspek berikut:²⁴

1) Kinerja (*performance*)

Kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum (*universal*).

2) Keragaman produk (*features*)

Keragaman produk dapat berbentuk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Features suatu produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

3) Keandalan (*reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang

²⁴ Muhammad Maftukhin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Erlina Semarang*, (Semarang: Universitas Dian Nuswantoro, t.t), hal. 4

menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadi semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak *reliable* mengalami kerusakan.

4) Kesesuaian (*conformance*)

Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.

5) Daya tahan/ketahanan (*durability*)

Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh oleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat melalui jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.²⁵

6) Kemampuan pelayanan (*serviceability*)

²⁵ Muhammad Maftukhin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk terhadap loyalitas Pelanggan di Toko Bandeng Juwana Erlina Semarang, ...,* hal. 5

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan atas kerusakan produk dan pelayanan lainnya.

Variabel-variabel tersebut dapat merefleksikan adanya perbedaan standar perorangan mengenai pelayanan yang diterima. Di mana kemampuan pelayanan suatu produk tersebut menghasilkan kesimpulan akan kualitas produk yang dinilai secara subjektif oleh konsumen.

7) Estetika (*aesthetics*)

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana tampak luar suatu produk, rasa maupun bau. Jadi estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceive quality*)

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa. Namun demikian, biasanya konsumen memiliki informasi tentang

produk secara tidak langsung, misalnya merek, nama dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.²⁶

Sementara itu, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985), ada lima kelompok karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas jasa dimensi jasa, yaitu:

- a) Bukti Langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.
- b) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
- c) Daya tanggap (*responsiveness*), keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d) Jaminan (*assurance*), mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- e) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.²⁷

b. Kualitas pelayanan

²⁶ *Ibid.*, hal. 5

²⁷ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hal. 167-168

Dalam kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersil maupun non-komersil harus menyadari bahwa keberadaan konsumen yang setia (loyal) merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian, mereka harus menempatkan konsumen sebagai asset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.²⁸

Dari waktu ke waktu, masyarakat berjuang untuk meningkatkan kualitas hidup dalam rangka mencapai kehidupan yang lebih sejahtera. Sejalan dengan itu, tentu saja kebutuhan dan keinginan masyarakat (konsumen/pelanggan) terus berubah semakin meningkat, sehingga strategi dalam melayani pelanggan harus terus dikembangkan ke arah yang lebih baik dari sebelumnya.

Layanan yang baik merupakan daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan.

Strategi pelayanan untuk meningkatkan jumlah konsumen/pelanggan diantaranya adalah sebagai berikut²⁹:

²⁸ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hal. 22

²⁹ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*,..., hal. 23

1. Memperhatikan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasinya.
2. Berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkannya
3. Memperlakukan pelanggan dengan pola layanan terbaik.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima atau *service excellence*.³⁰ Pelayanan prima (*service excellence*) dapat diwujudkan apabila kita dapat menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab yang baik dan terkoordinasi. Dengan pemberian pelayanan prima dari perusahaan, maka harapan dari pelanggan dapat terpenuhi dan tujuan dari perusahaan pun dapat tercapai.³¹

B. Penelitian Terdahulu

1. M. Thoufan Shidqi Khaq dengan skripsi berjudul "*Studi Analisis Praktek Mudharabah Tabungan Mabror di Asuransi Syariah*"

³⁰ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima, ...*, hal. 25

³¹ *Ibid.*, hal. 26

Bumiputera Semarang". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara riil penerapan akad mudharabah dalam bisnis asuransi syariah melalui produk mabrur di Asuransi Syariah Bumiputera. Jenis penelitian tersebut adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data yang diperoleh didapatkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu tahapan reduksi data, *display* data dan penyajian data.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) mekanisme akad mudharabah tabungan mabrur di Asuransi Syariah Bumiputera Semarang dirancang secara khusus untuk memprogramkan kebutuhan kehidupan dengan tentram, tanpa khawatir meninggalkan keluarga, pengelola berkuasa penuh dalam hal pengelolaan dana premi yang terkumpul sementara usaha penginvestasiannya diserahkan penuh kepada pihak perusahaan Asuransi dan hanya disalurkan ke sektor-sektor yang sesuai dengan syariah. (2) tinjauan hukum Islam terhadap perhitungan akad mudharabah tabungan mabrur di Asuransi Syariah Bumiputera Semarang adalah diperbolehkan dengan hasil investasi dibagikan menurut sistem bagi hasil (mudharabah) 70% peserta dan 30% perusahaan asuransi. Selain itu proses akad juga terhindar dari unsur gharar, namun untuk beban biaya yang diberlakukan pada peserta asuransi tidak sesuai dengan hukum Islam karena ada unsur

pemaksaan dan tambahan dalam akad yang dilakukan sehingga muncul ketidakadilan.³²

2. Mirantini Tri Kuntari dengan skripsi berjudul “*Analisis SWOT pada Produk Mitra Mabror Plus (Studi pada AJB Bumiputera 1912)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan dan pemasaran produk Mitra Mabror plus pada AJB Bumiputera 1912, serta untuk mengetahui sejauh mana kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT pada produk mitra Mabror Plus adalah sebagai berikut: kekuatan produk mitra mabror plus adalah dalam pemasarannya memakai strategi kumpulan atau masuk melalui perusahaan atau biasa disebut ASKOLIN (Asuransi Kolektif Individu). Sedangkan kelemahan produk mitra mabror plus antara lain, belum memiliki web aplikasi sendiri untuk menghemat waktu nasabah dalam pembaharuan polis maupun pengajuan klaim. Peluang mitra mabror plus antara lain melakukan promosi dan presentasi langsung ke dalam instansi atau perusahaan-perusahaan. Sedangkan tantangannya antara lain perusahaan harus lebih inovatif dalam mengembangkan produk mitra

³² M. Thoufan Sidqi Khaq, *Studi Analisis Praktek Mudharabah Tabungan Mabror di Asuransi Syariah Bumiputera Semarang*, (IAIN Walisongo Semarang: Tidak Diterbitkan, 2013)

mabrur plus dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan lain yang menawarkan produk yang sejenis.³³

3. Muhammad Nurhadi, dengan skripsi yang berjudul "*Mekanisme Pembiayaan Asuransi Dana Haji pada Divisi Syariah AJB Bumiputera 1912*". Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai prosedur pembiayaan tabungan asuransi dana haji, untuk mengetahui seberapa besar minat masyarakat terhadap tabungan asuransi dana haji, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan tabungan dana haji pada asuransi syariah. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif, sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah berupa penelitian langsung yang dilakukan dengan cara survey.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa: (a) prosedur pembiayaan asuransi dana haji pada divisi syariah AJB Bumiputera 1912 ialah peserta cukup mengisi aplikasi produk mitra mabrur, fotocopi KTP dan membayar premi. Setelah itu peserta memperoleh kemudahan mengangsur dengan cara bayar: triwulan, semesteran, tahunan, bahkan sekaligus. (b) jumlah polis produk mitra mabrur di wilayah Jakarta pada tahun 2009 adalah 1.845, pada tahun 2010 adalah 1.530, pada tahun 2011 (Agustus), jumlah polis 2.394, dengan tingkat kenaikan sebesar 36%. Dan pada tahun 2012 jumlah polis diasumsikan sebanyak 2.550 dengan tingkat kenaikan sebesar 40%. (c)

³³ Mirantini Tri Kuntari, *Analisis SWOT pada Produk Asuransi Mitra Mabrur Plus, Pada AJB bumiputera 1912 Divisi Syariah*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Tidak Diterbitkan, 2015)

kelebihan produk asuransi dana haji pada divisi Syariah AJB Bumiputera 1912 adalah sebagai berikut: dari segi aqadnya, terbebas dari unsur MAGHRIB, tidak mengenal *policy leipse*, tidak ada dana hangus, walau baru bayar sudah memiliki nilai tunai s/d 60%, boleh mengambil nilai tunai s/d 50%, hasil investasi lebih dari deposito bank konvensional, pembagian nisbah bagi hasil 70% untuk peserta dan 30% untuk perusahaan. Sedangkan kekurangan dari produk Mitra Mabur ialah perusahaan tidak menyiapkan KBIH secara langsung, perusahaan hanya mempersiapkan dana pembiayaan saja, tidak mengatur pendaftaran peserta pada SSKOHAT, belum ada kepastian kapan peserta bisa berangkat menunaikan ibadah haji.³⁴

4. Noviyarni (2011), dengan skripsi berjudul “*Peranan Agen dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di PT. Bumiputera Syariah Cabang Ciputat*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi di PT. Bumiputera syariah. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian kepustakaan (*library research*).

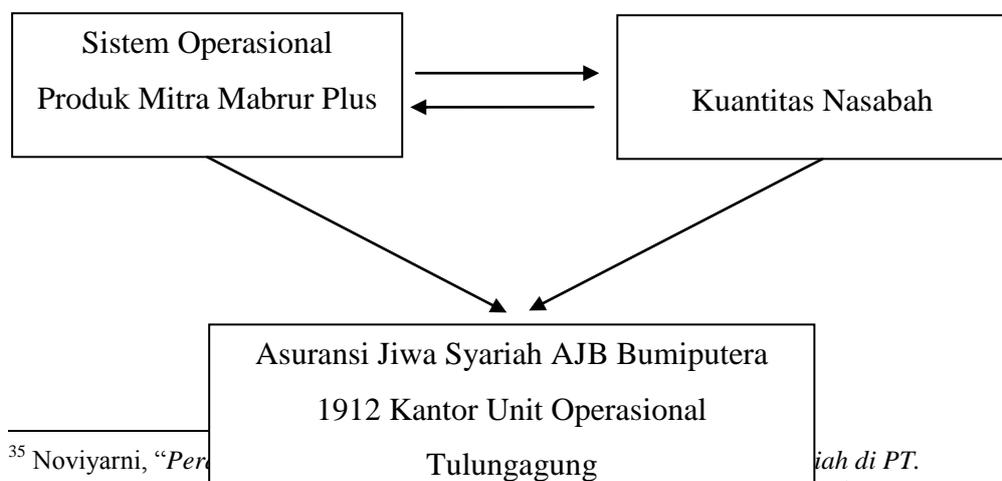
Hasil penelitian menyimpulkan bahwa peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi adalah memperluas pasar, mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada, melakukan

³⁴ Muhammad Nurhadi, *Mekanisme Pembiayaan Tabungan Asuransi Dana Haji pada Divisi Syariah AJB Bumiputera 1912*, (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Tidak Diterbitkan, 2011)

kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi, menyeleksi resiko atas diri peserta dengan cara mengidentifikasi kemungkinan terjadinya resiko yang dihadapi peserta, membantu dalam meminimalkan resiko yang dihadapi oleh perusahaan asuransi syariah.³⁵

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Vina Ulvatul Karomah dalam skripsinya yang berjudul “*Sistem Operasional Produk Mitra Mabrur Plus dalam Meningkatkan Kuantitas Nasabah di Asuransi Jiwa Syariah AJB Bumiputera 1912 Kantor Unit Operasional Tulungagung*” dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti asuransi syariah. Sedangkan perbedaannya, skripsi ini lebih meneliti pada sistem operasional produk Mitra Mabrur Plus serta upaya dalam meningkatkan kuantitas nasabah.

C. Paradigma Penelitian



³⁵ Noviyarni, “Perencanaan Keuangan dan Pengelolaan Resiko dalam Asuransi Syariah di PT. Bumiputera Syariah Cabang Supri, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah” (2011)