STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH MELALUI PRODUK BANCASSURANCE

(Study Kasus PT. Takaful Keluarga di Mampang Prapatan)

Guna Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy)

Oleh:
Nur Hidayatul Falah
NIM 08110507

Pembimbing:

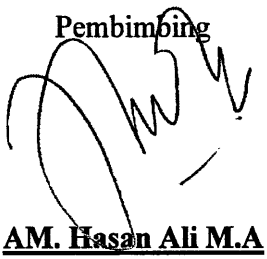
AM Hasan Ali M.A

JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN JAKARTA (IIQ)
JAKARTA
1433 H/ 2012 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Melalui Produk Bancassurance"** yang disusun oleh **Nur Hidayatul Falah** dengan nomor induk **08110507** telah melalui proses bimbingan dengan baik dan dinilai oleh pembimbing telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan pada sidang munaqasyah.

Pembimbing



AM. Hasan Ali M.A
Tanggal: 07 Agustus 2012

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **"Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Melalui Produk Bancassurance"** yang disusun oleh **Nur Hidayatul Falah** dengan nomor induk mahasiswa **08110507** telah diajukan disidang munaqasyah Fakultas Syari'ah Institut Ilmu Al-qur'an (IIQ) Jakarta tanggal 07 September 2012. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Syari'ah (S.Sy).

Jakarta, 07 September 2012
Dekan Fakultas Syari'ah
Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta

Dra.Hj. Afidah Wahyuni, M.Ag

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang	Sekretaris Sidang
(Dra. Muzayyanah, M.Ag)	(Wiwik Hasbiyah, Shi.)
Penguji I	Penguji II
(Dr.H.A.Muhaimin Zen, MA)	(Dra.Hj.Afidah Wahyuni, M. Ag)

Pembimbing

AM Hasan Ali MA

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

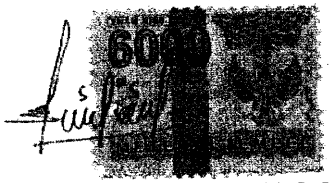
Nama : Nur Hidayatul Falah

NIM : 08110507

Tempat / Tanggal Lahir : Jepara, 22 Januari 1987

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Melalui Produk Bancassurance"** adalah benar-benar asli karya penulis, kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 07 Agustus 2012



Nur Hidayatul Falah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan pencurah rahmat dan penolong semua manusia. Atas segala rahmat dan syafaatnya semoga seluruh umat islam di dunia mendapatkan kedudukan dan tempay yang mulia di sisi-Nya.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beliau sebaik-baiknya hamba Allah, pemimpin orang-orang yang bertaqwa, teladan bagi umatnya. Shalawat serta salam semoga tercurah juga kepada segenap keluarganya, para sahabatnya dan pengikut setianya sampai akhir zaman.

Menyusun sebuah hasil karya merupakan tanggungan yang besar, Menulis skripsi adalah sebuah kewajiban untuk mendapatkan gelar Sarjan Sastra Satu dalam progam study Muamalah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta. Karena itu penulis menyusun skripsi ini dengan judul "Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Melalui Produk *Bancassurance* (Study Kasus PT Takaful Keluarga)".

Suatu pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, karena begitu banyak rintangan dan halangan yang harus dihadapi.

Penulis menyadari bahwa mencapai suatu kesempurnaan adalah suatu usaha yang sangat sulit diraih, karena itu dalam penulisan skripsi ini pasti masih banyak kekurangan dan kesalahan, atas saran dan masukan sangat diharapkan dalam perbaikan didalamnya.

Sebagai ucapan terima kasih dan rasa syukur atas terselesainya skripsi in, dengan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, penulis sampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT, atas karunia-Nya, skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa petunjuk dan hidayah-Nya.
2. Bapak Dr. KH. Ahsin Sakho Muhammad MA. Selaku Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta.
3. Ibunda Dra. Hj. AfidahWahyuni, M.Ag Selaku Dekan Fakultas Syari'ah IIQ Jakarta.
4. Bapak AM Hasan Ali, M.A selaku Dosen Pembimbing skripsi, atas bimbingan dan motivasi dalam segala hal.
5. Segenap Dosen Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta atas ilmu yang telah diberikan.
6. Bapak KH. Dr. Ahmad Fathoni Lc. MA. Dan segenap Ibu instruktur tahfidz atas bimbingan dalam menghafal Al-Quran

7. Pimpinan dan staf perpustakaan Umum dan perpustakaan Fakultas Syari'ah UIN Syarif Hidayatullah, perpustakaan Fakultas Syari'ah IIQ Jakarta, atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk mencari bahan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Direktur PT Takaful Keluarga Bapak Syaikhu Ibrahim yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan data-data yang dibutuhkan oleh penulis.
9. Penulis menghaturkan penghormatan dan penghargaan yang tiada tara kepada kedua orang tua tersayang, yang telah membesarkan, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis, serta motivasi, do'a yang diberikan dengan tulus dan ikhlas, sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan SI.
10. Mas rofik dan mbak khasnah, yang telah memberikan dukungan material dan spiritual sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Kakak-kakakku dan adik-adikku tercinta yang telah memberikan dukungan serta supportnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan di IIQ angkatan 2008, khususnya lilik, ade, irma, isma, kiki,wardah, fitri, huda, aini, bilqis, mahda, waway, cia dan teman-teman lain

mohon maaf tidak bisa disebutkan semuanya, semoga persaudaraan kita tidak akan terputus.

Akhirnya dengan kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan bisa menambah wawasan serta pengetahuan para pembaca. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi in imasih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu mohon maaf sebesar-besarnya.

Jakarta,19 Ramadhan 1433 H
09 Agustus 2012 M

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

أ	: a
ب	: b
ت	: t
ث	: ts
ج	: j
ح	: h
خ	: kh
د	: d
ذ	: dz
ر	: r
ز	: z
س	: s
ش	: sy
ص	: sh
ض	: dh

ط	: th
ظ	: zh
ع	: ‘
غ	: gh
ف	: f
ق	: q
ك	: k
ل	: l
م	: m
ن	: n
و	: w
ه	: h
ء	: ,
ي	: y

2. Vocal

Vocal tunggal : Fathah : a

: Kasrah : I

: dhomah : u

Vocal Rangkap :ي... : ai

: و... : au

Vocal Panjang: أ : â

ي :î

و : û

3. Kata sandang

   a. Kata sandang yang diikuti huruf-huruf *al-qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu 1 (*el*).
   Contoh :البقرة : al-baqarah المدينة: al-madînah

   b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *asy-syamsiyah* ditransliterasikan dengan menggantikan *al* dengan huruf-huruf *asy-syamsiyah* yang mengikutinya.
   Contoh: الرجل: ar-Rajulu الشمس: as-Syamsu
   السيدة: as-Sayyidah الصالح: as-Shâlihu

ABSTRAKSI

Pemasaran adalah bekerja dengan pasar untuk mengaktualisasi potensi pertukaran dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Bagi suatu perusahaan tidaklah mudah untuk memuaskan semua orang. Jumlah konsumen yang begitu banyak, berpencar dan beraneka-ragam tuntutannya membuat perusahaan harus selektif dalam menawarkan produk atau jasanya kepada kelompok-kelompok konsumen yang sekiranya dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Untuk itu perlu dipilah-pilah agar mempermudah perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Kegiatan memilah-milah ini dinamakan dengan segmentasi. Setelah memilah-milah menjadi beberapa segmen, langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu dengan menentukan strategi. Dengan melakukan strategi ini perusahan harus pintar menetapkan arah atau tujuan kegiatan yang dilakukan, seperti dalam menentukan produk yang dikeluarkan, tempat yang dijadikan promosi penjualan produk, dan penetapan harga yang sesuai dengan kondisi pembeli.

Hal-hal yang ada di atas juga dilakukan oleh perusahaan asuransi dalam memasarkan produknya, contoh perusahaan Takaful dalam memasarkan produk *Bancassurance*. *Bancassurance* adalah Kerja sama yang dilakukan antara perusahaan asuransi dengan bank. Masyarakat masih rancu dalam mendengar istilah *Bancassurance*. Oleh karena itu, perusahaan Takaful harus berusaha penuh dalam memasarkannya. Dalam pemasarannya, yang di lakukan Takaful yaitu dengan memperhatikan sasaran pemasarannya, yang di kenal dengan istilah "4P" (*produk, place, price dan promotion*).

Dalam Pemasaran Produk Bancassurance, strategi yang digunakan oleh PT Takaful yaitu dengan mengeluarkan produk

yang di sesuaikan dengan kebutuhan bank. Kualitas produk juga sangat diperhatikan oleh perusahaan Takaful serta meningkatkan pelayanannya. Agar cepat berkembang, maka perusahaan Takaful memilih tempat-tempat yang strategis yaitu dengan mengajak kerja sama dengan bank. Untuk menarik nasabah, perusahaan Takaful memberikan harga premi yang bisa bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya.

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT Takaful Keluarga di Mampang Jakarta Selatan.Data yang penulis gunakan yaitu data primer yang diperoleh oleh orang yang berkompeten yaitu kepala Devisi PT Takaful, dan pendekatan yang penulis gunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Dari penelitian ini, bisa diketahui bahwa produk Bancassurance yang dikeluarkan oleh PT Takaful adalah produk yang sangat efektif dan sangat bagus kualitasnya sehingga bisa memberikan keuntungan baik bagi bank maupun perusahaan Takaful serta menguntungkan nasabah.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING i

LEMBAR PENGESAHAN ii

PERNYATAAN PENULIS iii

KATA PENGANTAR v

PEDOMAN TRANSLITERASI ix

ABSTRAKSI xi

DAFTAR ISI xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah 6

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7

D. Review PenelitianTerdahulu 9

E. Metode Penelitian 10

F. Sistematika Penelitian 12

BAB II LANDASAN TEORI MENGENAI MARKE-TING ASURANSI SYARIAH

A. Pemasaran 15

1. Pengertian Pemasaran 15

a. Pengertian Pemasaran Syariah 18

b. Dalil – Dalil Pemasaran Syariah 18

c. Tujuan Pemasaran 19

d. Hal-Hal Yang Harus di Perhatikan Dalam Pemasaran 20

2. Pengertian Segmentasi Pasar 21
3. Strategi Pemasaran 28
a. Pengertian Strategi Pemasaran 28
b. Tujuan Strategi Pemasaran 31
4. Pengertian Bauran Pemasaran 32
B. Asuransi Syariah 39
1. Pengertian Asuransi Syariah 39
2. Akad Pada Asuransi Syariah 41
C. *Bancassurance* 45
1. Sejarah *Bancassurance* 45
2. Pengertian *Bancassurance* 47
3. Landasan Hukum *Bancanssurance* 53
4. *Bancansurance* suatu Alternatif Distribusi yang Menguntungkan 64
BAB III GAMBARAN UMUM PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA
A. Sejarah Singkat Berdirinya 73
B. Visi dan Misi 75
C. Prinsip Dasar 76
D. Struktur Organisasi PT. Takaful Keluarga 81
E. Produk yang Dihasilkan PT Takaful Keluarga 83

BAB IV STRATEGI PEMASARAN PADA PT TAKAFUL KELUARGA MELALUI *BANCASSURANCE*

A. Strategi Pemasaran *Bancassurance* pada PT Takaful Keluarga 93

1. Strategi Produk 94
2. Strategi Harga 97
3. Strategi Tempat 99
4. Strategi Promosi 100

B. Kendala PT Takaful Keluarga dalam memasarkan *Bancassurance* 102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 105

B. Saran-Saran 108

DAFTAR PUSTAKA 109

LAMPIRAN 113

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mulai akhir - akhir tahun 1990-an, Indonesia di balik kemajuannya dalam segala bidang, sampai sekarang masih tetap mengalami keterpurukan dalam beberapa aspek, terutama aspek ekonomi dan keuangan.Sungguh luar biasa, satu hal yang harus dicatat ialah semangat anak bangsanya yang tetap berbesar hati dalam menyikapi keadaan ekonomi negerinya yang nyaris "bangkrut". Tetapi mereka tetap gigih dan siap bekerja keras untuk memanfaatkan potensi dan kekuatan yang dimiliki bangsa Indonesia, termasuk didalamnya potensi agama khususnya agama Islam yang dianut sebagian besar penduduk Indonesia.

Sebanyak dan seberat apapun tantangan yang dihadapi kaum Muslimin, pantang (haram) hukumnya buat mereka yang berkecil hati apalagi frustasi.[1] Lebih-lebih agama Islam diyakini tidak hanya sebatas hati, akan tetapi juga telah dipahami dan bahkan teruji sebagai agama yang memberikan sumbangsih bagi bangsa ini untuk meniti dan

[1] Perhatikan isi kandungan al-Quran surat Yusuf ayat 87

menata kembali perekonomiannya ke arah yang lebih baik, lebih adil dan lebih merata dalam upaya mewujudkan cita ekonominya yakni kesejahteraan social bagi seluruh rakyat Indonesia.

Di tengah- tengah himpitan ekonomi kapitalis yang telah menguasai ekonomi Indonesia jauh sebelum negeri ini merdeka (17 Agustus 1945 M), maka di tahun 1990-an, seiring dengan tanda-tanda makin terpuruknya ekonomi Indonesia, justru tampil suatu sistem perekonomian berbasis agama, yang dikenal dengan sebutan ekonomi Islam atau ekonomi syariah atau dalam perbankan dikenal dengan sebutan perbankan syariah.

Kehadiran perbankan syariah di Indonesia, untuk pertama kali ditandai dengan berdirinya Bank Muamalah Indonesia pada tanggal 2 Desember 1992, yang kemudian diikuti dengan bank-bank syariah lainnya yang jumlahnya mencapai 22 perbankan syariah dan bank-bank perkreditan yang beroperasi berdasarkan syariah yang dikenal dengan sebutan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang jumlahnya mencapai ratusandan tersebar di seluruh Indonesia.[2]

---

[2]M. Latifa AlGaoud dan Meyn K. Kewis, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktek, Prospek*, (Jakarta: PT Serambi Semesta, 2001), h. 9

Sejalan dengan pertumbuhan perbankan syariah yang cukup pesat dan menjanjikan, lembaga-lembaga syariah yang lain seperti lembaga-lembaga keuangan non-bank, juga tumbuh dan berkembang baik di Indonesia. Diantaranya adalah lembaga keuangan non-bank yang bergerak dalam industri perasuransian yang dikenal dengan sebutan asuransi syariah.

Bila kelahiran perbankan syariah ditandai dengan berdirinya Bank Muamalah Indonesia pada tanggal 2 Desember 1992, maka kehadiran asuransi syariah di Indonesia ditandai dengan berdirinya Asuransi Syariah Takaful Indonesia yang di prakarsai oleh lembaga keagamaan yaitu Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Berdiri pada tanggal 24 Februari 1994 melalui dua anak perusahaanya yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga dan PT Asuransi Takaful Umum, perusahaan ini terus mengepakkan sayap memberikan jasa perlindungan asuransi yang menerapkan prinsip-prinsip syari'ah.[3]

Dalam perkembangannya, perusahaan asuransi syariah harus bisa mendobrak pasar untuk memasarkan produknya agar masyarakat mengetahui secara jelas

---

[3] Siti Najma, *Bisnis Syari'ah Dari Nol*, (Jakarta: PT Mizan Publika. 2008), hal. 39

keberadaan asuransi syariah dan tertarik untuk bergabung, oleh karena itu,dibutuhkan kerjasama untuk memasarkannya. Agar lebih gampang dikenal masyarakat, perusahaan perlu melakukan kerja sama dengan bank. Karena, masyarakat lebih awal mengenal bank dari pada perusahaan asuransi, selain itu masyarakat lebih percaya bank dari pada asuransi. Untuk menyikapi itu, maka perusahaan asuransi melakukan kerja sama dengan perbankan.

Kerja sama yang dilakukan oleh perusahaan asuransi dengan perbankan dinamakan *Bancassurance. Bancassurance* adalah gabungan antara kata *banc* (bank) dengan *assurance* (asuransi), Direktur Biro Riset InfoBank Eko B. Supriyanto mengatakan, *bancassurance* itu sebagai salah satu metode pemasaran yang akan memberikan keuntungan dimana nasabah dapat memperoleh layanan produk, baik produk asuransi maupun bank, dalam satu atap. Kerja sama Bancassurance diyakini memiliki prospek sangat cerah dimasa mendatang.

Dalam perkembangan kerja sama dibutuhkan pemasaran (marketing) yang bertanggunga jawab, tidak melanggar syariat dan bersikap profesional. Selain itu, dalam pemasaran juga harus didasari niat dan tujuan yang

ingin dicapai sesuai dengan prinsip syariah.Niat yang ada adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dan tujuan yang ada adalah berusaha semaksimal mungkin mencapai kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentinngan sendiri.[4]

Ada 4 karakteristik syariah marketing yang menjadi panduan para pemasar, yaitu:

1. Teistis (Rabbaniyah)
2. Etis (akhlaqiyah)
3. Realistis (al-walaqiyah)
4. Humanistis (insaniyah)[5]

Sekarang ini, perkembangan dunia usaha perasuransian terutama Asuransi Takaful Syariah sangat bagus, hal ini terbukti dengan adanya PT Takaful Keluarga membuka kantor-kantor cabang pemasaran dibeberapa kota besar dan kabupaten yang bertujuan untuk memperluas pasar.

PT Takaful Keluarga secara terus menerus selalu mengembangkan produknya, baik progam asuransi

---

[4] M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syarih*, (Jakarta: CV Alfabeta, 2010), hal. 21

[5] Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006), hal. 28

individu, asuransi kumpulan maupun bancassurance. Hal ini tak lain adalah untuk menyesuaikan perkembangan dalam kondisi saat ini maupun dimasa mendatang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Dengan adanya kerja sama antara perusahaan asuransi dengan bank, pastinya akan membawa dampak pada keduanya. Karena itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang adanyaproduk *Bancassurance.*

Oleh karena itu, penulis memandang penting untuk melakukan penelitian dengan judul : "*STRATEGY PEMASARAN ASURANSI SYARIAH MELALUI PRODUK BANCASSURANCE.*"

B. Pembatasan dan Perumusan Masalah

Persoalan asuransi, termasuk asuransi syariah tentunya, tidaklah semudah dan sesederhana yang kita pikirkan, baik dalam hal memasarkan produknya, maupun dengan akad atau transaksinya. Lebih-lebih ketika perusahaan asuransi melakukan kerjasama dengan bank, pasti sangatlah rumit.[6]

---

[6] M. Amin Suma, *Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*, (Ciputat: Kholam Publishing, 2006), h. 6

Guna mengantisipasi kemungkinan meluasnya pembahasan masalah, maka perlu dibatasiagar lebih jelas dan terarah. Oleh karena itu, untuk membatasi masalah peneliti hanya membahas pada strategi pemasaran di PT Takaful Keluarga melalui Bancassurance serta keuntungan dari kerja sama bancassurance.

Dari masalah pokok ini diuraikan lagi menjadi beberapa sub masalah pokok yang menjadi rumusan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana strategy pemasaran PT Takaful Keluarga dalam memasarkan produk*Bancassurance*?
2. Apa keuntungan PT Takaful Keluarga dari kerja sama dengan bank melalui produk *Bancassurance*?
3. Apa kendala yang dialami oleh PT Takaful dalam memasarkan produk *Bancassurance*?

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

Berdasarkan pemaparan pada perumusan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategy pemasaran yang dipakai PT Takaful Keluarga dalam memasarkan produk *Bancassurance*

2. Untuk mengetahui keuntungan PT Takaful Keluarga dari kerja sama dengan bank melalui produk *Bancassurance*
3. Untuk Mengetahui kendala yang dialami oleh PT Takaful dalam memasarkan produk *Bancassurance*

Sejalan dengan tujuan penelitian di atas maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1 Sejalan dengan tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti, akademika, masyarakat dan perusahaannya
2 Bagi peneliti melalui penelitian ini akan semakin memperkaya dan memperdalam wawasan peneliti tentang marketing asuransi syari'ah dalam aplikasinya di perusahaan yang berlebel syari'ah
3 Sementara bagi kalangan akademika, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menumbuhkan minat segenap para akademika untuk mengadakan penelitian di lapangan dalam kasus-kasus lainnya.
4 Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang

konsep marketing syari'ah pada perusahaan asuransi syari'ah.

5 Sedangkan bagi perusahaan,yaitu PT Takaful Keluarga, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai motivator untuk menerapkan system-sistem ekonomi Islam di dalam perusahaannya.

D. Review Penelitian Terdahulu

Berdasarkan telaah yang telah dilakukan terhadap sumber kepustakaan, dapat dilihat bahwa apa yang ada dalam penelitian ini merupakan masalah pokok yang sangat penting, karena penelitian ini menyoroti sebuah perusahaan yang berbasis syariah.

Adapun tinjauan pustaka yang digunakan dalam penulisan ini adalah:

Shofiah (06110439), "*Efektifitas Strategi Pemasaran Asuransi Bringin Life Syariah Melalui Bancassurance*." (Program Study Muamalah (Ekonomi Islam) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Syarif Hidayatullah (UIN) Jakarta, 2008 M / 1429 H)

Adapun, permasalah yang dibahas dalam skripsi saudari Shofiah adalah bagaimana strategi pemasaran

Bancassurance di asuransi Bringin life syariah. Di dalam skripsi ini dijelaskan bahwa pemasaran *Bancassurance* pada perusahaan ini itu dengan menggunakan strategi bermain tarif dan pelayanan.

Sedangkan dalam skripsi ini penulis lebih mengfokuskan kepada strategi pemasaran asuransi syariah malalui produk *Bancassurance* pada PT Takaful Keluarga.Di dalam pemasaran *Bancassurance* pada PT Takaful Keluarga tidak menggunakan strategi bermain tarif.Akan tetapi yang dilakukan adalah dengan menciptakan produk yang mempunyai keunikan dibanding dengan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi lainnya.

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan.Jenis penelitian yang dipakai adalah deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan pengkajian terhadap buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan ini.Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk sekedar memaparkan

uraian yang bersumber dari data dan informasi yang berasal pada fakta yang diperoleh dari lapangan.

2. Metode pengumpulan data

Adapun pengumpulan datanya menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) yang menjadi data sekunder, yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur baik buku, majalah jurnal, surat kabar, internet, artikel serta tulisan lain yang berkaitan dengan strategi pemasaran *Bancassurance*. Dan penelitian lapangan (*field research*) yang menjadi data primer sebagai pelengkap data dalam hasil penelitian, yaitu dengan cara mendatangi secara langsung ke objek penelitian yaitu PT Takaful Keluarga.

Adapun tehnik yang digunakan penulis dalam pengumpulan data adalah: teknik interview (wawancara). Teknik interview adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara lisan dari responden untuk memperoleh keterangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk *Bancassurance*.

3. Metode Analisis Data

Pendekatan data penelitian ini adalah kualitatif, maka langkah yang dilakukan dengan cara menganalisis isi, kemudian mendiskripsikan melalui study pustaka dan survey lapangan. Data yang disusun secara sistematik maka akan diambil kesimpulan sehinggaakan memperoleh pemahaman.

F. Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini menjadi sistematis dan lebih mudah dipahami, maka skripsi ini disusun dalam 5 bab, yang diawali dengan:

BAB I, Pendahuluan, yang meliputi latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II, Membahas tentang pemasaran, yang meliputi tentang pengertian pemasaran, pengertian segmentasi pasar, pengertian strategi pemasaran, pengertian bauran pemasaran, pengertian *Bancassurance*dan pengertian asuransi syariah.

BAB III, Membahas tentang gambaran umum dari PT Takaful Keluarga, yang meliputi tentang sejarah, visi

dan misi, struktur organisasi, dan *Bancassurance* pada PT Takaful Keluarga.

BAB IV, Membahas tentang strategi pemasaran asuransi syariah melalui produk *Bancassurance*, yang meliputi tentang strategi pemasaran Bancassurance melalui "4P" (*produk, price, place dan promotion*), serta kendala yang dialami PT Takaful dalam memasarkan produk *Bancassurance*.

BAB V, Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Ada beberapa hal yang dapat di simpulkan dari penelitian ini, diantaranya, yaitu:

1. Bancassurance adalah suatu kerja sama antara perusahaan asuransi dengan bank dalam memasarkan produknya. Salah satu perusahaan asuransi yang mengeluarkan produk Bancassurance adalah PT Asuransi Takaful Keluarga. PT Asuransi Takaful merupakan perusahaan asuransi yang berbasis syariah. Dalam memasarkan produk Bancassurance pasti tidaklah sangat mudah, karena banyaknya persaingan dengan perusahaan-perusahaan asuransi yang lainnya. Strategi yang dipakai dalam memasarkan *bancassurance* adalah:
   a. Strategi Produk

      Dalam memasarkan Bancassurance, PT Takaful mengeluarkan produk yang di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Produk yang dipersiapkan adalah produk takaful pembiayaan dan takaful Al-Khairat.

b. Strategi *Price*

PT Takaful dalam strategi penetapan harga preminya di sesuaikan dengan bank yang diajak kerja sama.

c. Strategi *Place*

Dalam strategi tempat, PT Takaful lebih mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target pasar, seperti memilih tempat yang mudah dijangkau dan strategis.

d. Strategi Promotion

Untuk memasarkan produk *Bancassurance*, dalam hal promosinya PT Takaful menggunakan media internet, surat kabar serta menggunakan jasa agen serta membuka stand-stand ketika ada acara-acara tertentu.

2. *Bancassurance* sebagai suatu produk hasil kerja sama antara bank dan asuransi memiliki beberapa keuntungan yang dapat dipetik baik oleh bank, asuransi, maupun nasabahnya.

Keuntungan bagi Bank :

1) Memperkuat Produk dan Meningkatkan Pangsa Pasar.
2) Meningkatkan Pendapatan.
3) Meningkatkan Efisien

4) Meningkatkan Loyalitas Nasabah.

Keuntungan bagi Perusahaan Asuransi:

a) Peningkatan Penjualan dan Pangsa Pasar.

b) Meningkatkan Kualitas produk.

c) Memanfaatkan Database Nasabah.

Keuntungan bagi Nasabah:

(1) Kemudahan Dalam Bertransaksi.

(2) Meningkatkan Minat Berasuransi.

3. PT Takaful adalah perusahaan yang berpinsip syariah, untuk itu dalam pemasaran produk Bancassurance pasti banyak mengalami banyak kendala. Kendala yang dialaminya adalah

   a. Banyak perusahaan yang menggunakan perang tarif dengan penetapan premi yang rendah.
   b. Kualitas produk lebih bagus dari perusahaan asuransi Takaful.
   c. Lebih meningkatkan keutuhan factor internal.
   d. Bank-banknya lebih mengutamakan perusahaan asuransi yang sudah bernaung dibawahnya.

   Untuk menghadapi kendala yang diatas, langkah yang dilakukan perusahaan Takaful adalah:

   a. Pelayanan PT Asuransi Takaful lebih di tingkatkan.

b. Penyesuaian rate preminya antara bank yang di ajak kerjasama
c. Keunikan dari produk *Bancassurance.*
d. Rate preminya harus bisa bersaing dengan perusahaan asuransi yang lain.

B. Saran-Saran

Sebagaimana catatan akhir dari penulis, ada beberapa saran yang sekiranya dapat menjadi masukan serta bahan pemikiran untuk pengembangan Produk Bancassurance di PT Takaful Keluarga.

1. Pihak dari manajemen puncak berfikir untuk menciptakan produk bancassurance yang lain.
2. Semua pihak yang terkait harus menjalankan visi dan misi dari perusahaan.
3. Semua pihak yang terkait harus meningkatkan keterampilan atau kualitas kerja dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya secara efisien dan Melakukan evaluasi secara rutin.
4. Harus membenahi kinerja dari karyawan khususnya para agen dan bagian marketing dalam hal memasarkan produk, yaitu tetap berpegang teguh dalam prinsip-prinsip pemasaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Perhatian Al-Quran dan Terjemahnya

Alma Bukhori, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 1994.

Amin M. Suma, *Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*, Ciputat: Kholam Publishing, 2006.

Amrin Abdullah, *Strategin Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2007.

Assuri Sofyan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 1988.

C. Yoyo Wahyudi, Bank Wajib Sertifikat Agen; The Journal Of Bisnis Indonesia, Oktober,2003.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Dewan Syariah Nasional, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional,* Jakarta: Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dan Bank Indonesia, 2003.

Fred dan Selnes, *An Examination of The effect of Product performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty European Journal of Marketing,* No. 9, p 19-35.

Isa Ahmad Syur, *Al-Muyassar Al-Muamalah.*

J. William Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa Wilhelmus W. Bokowatun, Jakarta: Erlangga, 1991.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Jakarta:Balai Pustaka, 1989

Kartajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, Jakarta: PT Mizan Pustaka, 2006.

KMK No. 426/KMK06/03 tentang perizinan usaha dan kelembagaan perusahaan Asuransi dan perusahaan Reasuransi

Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan dan Pengendalian,* Jakarta: Erlangga, 1987.

Latifa M. Al Gaoud dan Meyn K. Kewis, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktek, Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Semesta, 2001.

Lowry Karen Miller, "*You Just Talk To These Kids*", Business Week, 19 April 1993.

M. Save Dagun, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* ,Jakarta: LPKN, 2002.

Ma'udJubron, Ar-Raid, *Mu'jamLughawy 'Ashry*, Bairut: Dar Al-Islami Li Malayin

Mussolini Naptharina, *Segitiga Emas Makin Diincar,* Warta Ekonomi, No. 19/TH.V/4 Oktober 1993.

NajmaSiti, *Bisnis Syari'ah Dari Nol,* Jakarta: PT Mizan Publika, 2008.

Nur M. Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syarih*, Jakarta: CV Alfabeta, 2010.

Pearce J. dan Robinsom, *Manajemen Stratejik Jilid I*, Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1997.

Profil PT Takaful Keluarga

Sabiq As-Sayyid, Fiqih Sunnah Jilid 3, Beirut: Dar Al-Jail, 1973.

Sendra Ketut, *Bancassurance Kemitraan Strategis Perbankan dan Perusahaan Asuransi*, Jakarta: PPM, Anggota Ikapi, 2007.

Sihombing Sinor, *Merebut Peluang Dengan Royale 3*, Warta Ekonomi, No 19/TH.V/4 Oktober 1993.

Simamora Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan profitable,* Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2001.

Syakir Muhammad Sula, *Asuransi Syariah (Life And Genaral): Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Inasani, 2004.

Tciptono Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press, 2001.

Wadegar Sunita Bhargava, *Gimme a Double Shake And a Lard On White*, Bussines Week, 1 Maret 1993.

Warson Ahmad Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*, Yogyakarta: Pondok Pesantren Al-Munawwir

Yustanto Ismanto, M. Karebet Widjaya Kusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: GIP, 2002.

Wawancara dengan Kepala Devisi Bancatakaful, Syaikhu Ibrahim, Wawancara dengan Kepala Devisi Bancatakaful, Syaikhu Ibrahim, Pancoran, 13 Juli 2012.

Wawancara dengan Bagian KAPP , Eko Widodo, Pancoran, 01 Agustus 2012.

Soewita Benny, http://www.wealthindonesia.com/commercial-bank/bancassurance.htm, diakses pada tanggal 13 Maret 2001

Irsyad M "Jurnal Bisnis Ekonomi" http://idtesis.multiply.com /journal/item/ 79/ Bancassurance, diakses tanggal 13 Maret 2001.

B. Armand Arief , "Merengkuh Nasabah dengan Kelenturan"http:// www. wealthindonesia.com/ commercial-bank/bancassurance.html, di akses bulan Juni, 2001.