

**PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN
FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN
PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Aminatuzzuhriyah

NIM:20111022

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA
1446H/2024M**

**PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN
FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN
PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH**

(Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)

dalam Bidang Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Aminatuzzuhriyah

NIM:20111022

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA
1446H/2024M**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “*Pemasaran Produk Asuransi Syariah dan Kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)*”. Yang disusun oleh Aminatuzzuhriyah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 20111022 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta telah di periksa dan di setujui untuk diujikan pada siding *munaqasyah* skripsi

Tangerang Selatan, 23 Agustus 2024

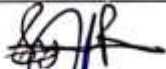

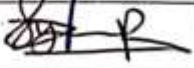
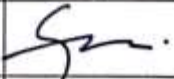
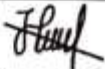
Pembimbing



Khoirun Nisa, M.Ag

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH (Studi Kasus PT Asuransi Takaful Keluarga)**” oleh Aminatuzzuhriyah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 20111022 yang telah diujikan pada sidang *munaqasyah* Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Al-Qur’an (IIQ) Jakarta pada tanggal 29 Agustus 2024, skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar **Sarjana Hukum (S.H.)**.

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Syarif Hidayatullah, M.A.	Ketua sidang	
2.	Rahamatul Fadhil, M.A.	Sekretaris sidang	
3.	Dr. Syarif Hidayatullah, M.A.	Penguji 1	
4.	Syafaat Muhari, M.E.	Penguji 2	
5.	Khoirun Nisa, M.Ag.	Pembimbing	

Tangerang Selatan, 29 Agustus 2024

Mengetahui

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (IIQ) Jakarta



Dr. Syarif Hidayatullah, M.A.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Aminatuzzuhriyah

NIM : 20111022

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta Hak Bebas Royalti (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH (Studi Kasus PT Asuransi Takaful Keluarga)”** . Beserta perangkat yang ad ajika diperlukan. Dengan hak Bebas Royalti di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Pemilik Hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang Selatan 5 September 2024



Aminatuzzuhriyah

PERNYATAAN PENULIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Aminatuzzuhriyah

NIM : 20111022

Tempat/Tgl Lahir : Sumenep, 7 Mei 2000

Menyatakan bahwa **Skripsi** dengan Judul **“Pemasaran Produk Asuransi Syariah dan Kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus PT Asuransi Takaful Keluarga)”** adalah benar-benar asli karya saya kecuali kutipan-kutipan yang sudah disebutkan. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya

Tangerang Selatan, 23 Agustus 2024



Aminatuzzuhriyah

MOTTO

“Pikiranmu adalah doa, maka berpikirlah yang baik-baik, dan jangan berpikir yang buruk”

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH (Studi kasus PT Asuransi Takaful Keluarga)”** ini tepat waktu. Sholawat serta salam tidak lupa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah.

Penulisan Skripsi ini merupakan suatu bukti bahwa penulis telah menyelesaikan program Pendidikan pada Prodi Hukum Ekonomi Syariah Intitut Ilmu Al-Qur’an Jakrta. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak atas bantuan dan bimbingan serta arahan selama Menyusun Skripsi ini, terutama kepada:

1. Rektor Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta, Ibu Dr. Hj. Nadjematul Faizah, S.H., M. Hum.
2. Wakil Rektor I Bidang Akademik, Ibu Dr. Hj. Romlah Widayati, M.Ag.
3. Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan, Bapak Dr. H. M. Dawud Arif Khan, S.E., M.Si., Ak., CP A.
4. Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, Ibu Hj. Muthmainnah, M.A.
5. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Ilmu AlQur’an (IIQ) Jakarta, Bapak Dr. Syarif Hidayatullah S.SI., M.A.
6. Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Bapak Rahmatul Fadhil, M.A.

7. Dosen Pembimbing, Ibu Khoirun Nisa, M.Ag. yang telah membimbing dan memberi arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu
8. Seluruh Lembaga Tahfidz dan Qiraat Al-Qur'an (LTQQ) Jakarta dan Instruktur Tahfidz dari semester 1 hingga semester 8 yang telah membimbing, selalu sabar menuntun, dan memberikan arahan dalam hal menghafal Al-Qur'an. Semoga beliau semua mendapatkan derajat yang paling mulia dan paling tinggi di sisi Allah SWT
9. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis
10. Terimakasih kepada kedua orang tua tercintah aba Musihni dan Ummi Hartiningsih yang telah membesarkan penulis dengan rasa kasih sayang dan penuh cinta. Serta senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi dan bantuan sehingga penulis selalu semangat untuk terus belajar dan dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.

Tangerang Selatan, 23 Agustus 2024



Aminatuzzuhriyah

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi ialah penyalinan dengan penggantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain, dalam penulisan skripsi di IIQ, transliterasi pada Arab-Latin mengacu pada SKB Menteri Agama RI, Menteri Pendidikan, dan Menteri Kebudayaan RI No.158/1987 dan No.0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	Ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	Es dan ye

ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

2. Konsonan Rangkap Karena *Tasyīd* ditulis rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	' <i>iddah</i>

3. *Ta' marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan, ditulis *h*:

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>hikmah</i>
خِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap katakata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *Ta' Marbutah* diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka di tulis dengan *h*:

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

c. Bila *Ta' Marbutah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis *t*:

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>zakāt al-fīṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dhammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	<i>Fathah + alif</i>	Ditulis	\bar{A}
	جا هلية	Ditulis	<i>Ja hiliyyah</i>
2.	<i>Fathah + ya' mati</i>	Ditulis	\bar{A}
	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	<i>Kasrah+ya' mati</i>	Ditulis	\bar{I}
	كريم	Ditulis	<i>karim</i>
4.	<i>Dhammah + wawu mati</i>	Ditulis	\bar{U}
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

6. Vokal Rangkap

1.	<i>Fathah + ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<i>Fathah + wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La 'in syakartum</i>

8. Kata sanding Alif + Lām

a. Bila diikuti huruf *Qamarriyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'æn</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyæs</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*

السماء	Ditulis	<i>al-samā'</i>
الشمس	<i>Ditulis</i>	<i>al-syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي لفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūḍ</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl al-sunnah</i>

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PERNYATAAN PENULIS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI	xiii
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Tinjauan Pustaka	13
F. Metodologi Penelitian	18
G. Teknik Penulisan	26
H. Sistematika Penulisan	27
BAB II LANDASAN TEORI	29
A. Asuransi	29
1. Pengertian Asuransi konvensional	29
2. Sejarah Asuransi Syariah	36
3. Landasan Hukum Asuransi Syariah	37
4. Prinsip-prinsip Dasar Asuransi Syariah	38
5. Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional	53
6. Akad-akad Dalam Asuransi Syariah	59

7. Produk Asuransi Syariah.....	71
8. Hal-Hal Yang Dilarang Dalam Asuransi Syariah.....	72
B. Pemasaran Syariah.....	73
1. Pengertian Pemasaran syariah.....	73
2. Prinsip Pemasaran Syariah.....	78
3. Ketentuan Pemasaran Asuransi Syariah.....	79
4. Hal-Hal Yang Dilarang Dalam Pemasaran Asuransi Syariah.....	80
C. Ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah	81
BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian	83
A. Profil PT Asuransi Takaful Keluarga	83
B. Struktur Organisasi PT Asuransi Takaful Keluarga	86
C. Produk Asuransi Takaful Keluarga	87
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	93
A. Analisa Praktik Pemasaran Produk Asuransi Syariah Pada PT Asuransi Takaful Keluarga.....	93
B. Analisa Kesesuaian Pemasaran Produk Asuransi Syariah di PT Asuransi Takaful Keluarga Dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN- MUI/VIII/2021 Tentang Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah	100
BAB V PENUTUP.....	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	125
RIWAYAT HIDUP	155

ABSTRAK

Aminatuzzuhriyah, NIM: 20111022. Pemasaran Produk Asuransi Syariah Dan Kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI No. 139/DSN-MUI/VIII2021 Tentang Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus PT Asuransi Takaful Keluarga), Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam, Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 1445H/2024M.

Latar belakang penelitian ini, pihak pemasar yang memasarkan produk asuransi syariah tidak sesuai dengan syariat islam. Seringkali pihak pemasar tidak mengikuti prinsip syariah demi mengejar komisi, akibatnya pihak pemasar yang memasarkan produknya dengan cara yang tidak sesuai dengan ajaran islam yang pada akhirnya dapat merugikan nasabah dan merusak reputasi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga. dan untuk mengetahui kesesuaian praktik pemasaran di PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI No 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif berupa studi kasus dengan pendekatan normatif dengan sumber data primer dari wawancara pihak sales manager, agen dan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, buku, artikel dan referensi yang berkaitan dengan pemasaran produk asuransi berdasarkan dengan prinsip syariah. Penelitian di peroleh dari hasil observasi terpusat dan wawancara kepada pihak PT Asuransi Takaful Keluarga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: **Pertama**, Praktik pemasaran pada PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan praktik pemasaran secara langsung (*direct marketing*) dan pemasan tidak langsung (*indirect marketing*). Dalam hal pemasaran, PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan strategi 4P (*Product, price, place dan promotion*). **Kedua**, Praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga telah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

Kata Kunci: Pemasaran Syariah, Asuransi Syariah, Fatwa DSN-MUI

ABSTRACT

Aminatuzzuhriyah, NIM: 20111022. Marketing of Sharia Insurance Products and Its Compliance with DSN-MUI Fatwa No. 139/DSN-MUI/VIII2021 Concerning Marketing of Insurance Products Based on Sharia Principles (Case Study of PT Asuransi Takaful Keluarga), Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia and Islamic Economics, Institute of Al-Qur'an Science (IIQ) Jakarta, 1445H/2024M.

The background of this study is that marketers who market sharia insurance products are not in accordance with Islamic law. Often marketers do not follow sharia principles in order to pursue commissions, as a result marketers market their products in a way that is not in accordance with Islamic teachings which can ultimately harm customers and damage the company's reputation. This study aims to determine the marketing practices of sharia insurance products at PT Asuransi Takaful Keluarga. and to determine the suitability of marketing practices at PT Asuransi Takaful Keluarga with DSN-MUI Fatwa No. 139 / DSN-MUI / VIII / 2021 concerning marketing of insurance products based on sharia principles.

This study uses a qualitative research type in the form of a case study with a normative approach with primary data sources from interviews with sales managers, agents and secondary data obtained from journals, books, articles and references related to marketing insurance products based on sharia principles. The research was obtained from the results of centralized observation and interviews with PT Asuransi Takaful Keluarga.

The results of the study show that: First, Marketing practices at PT Asuransi Takaful Keluarga use direct marketing practices and indirect marketing practices. In terms of marketing, PT Asuransi Takaful Keluarga uses the 4P strategy (*Product, price, place and promotion*). Second, the marketing practices of sharia insurance products at PT Asuransi Takaful Keluarga are in accordance with the DSN-MUI Fatwa Number 139/DSN-MUI/VIII/2021 concerning the marketing of insurance products based on sharia principles.

Keywords: Sharia Marketing, Sharia Insurance, DSN-MUI Fatwa

الملخص

أمينة الزهرية، الرقم الجامعي: 20111022. تسويق منتجات التأمين الشرعي وتوافقه مع فتوى DSN-MUI رقم DSN-MUI/VIII/2021/139 بشأن تسويق منتجات التأمين بناءً على المبادئ الشرعية (دراسة حالة لشركة التأمين التكافلي العائلي)، قسم الاقتصاد الشرعي، كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي، جامعة علوم القرآن (IIQ) جاكرتا، 1445هـ/2024م.

خلفية هذا البحث تتعلق بأن بعض المسوقين الذين يسوقون منتجات التأمين الشرعي لا يلتزمون بالشرعية الإسلامية. في كثير من الأحيان، يتجاهل المسوقون المبادئ الشرعية سعيًا وراء الحصول على العمولة، مما يؤدي إلى تسويق المنتجات بأساليب غير متوافقة مع تعاليم الإسلام، وهذا قد يضر بالعملاء ويؤثر سلباً على سمعة الشركة. تهدف هذه الدراسة إلى فهم ممارسات تسويق منتجات التأمين الشرعي في رقم DSN-MUI شركة التأمين التكافلي العائلي، وإلى تقييم مدى توافق هذه الممارسات مع فتوى المتعلقة بتسويق منتجات التأمين وفقاً للمبادئ الشرعية 139/DSN-MUI/VIII/2021.

تعتمد هذه الدراسة على منهج البحث النوعي في شكل دراسة حالة باستخدام المنهج النمطي، حيث تم جمع البيانات الأولية من مقابلات مع مدير المبيعات، والوكلاء، إضافة إلى البيانات الثانوية من مجلات، وكتب، ومقالات، ومصادر مرجعية أخرى ذات صلة بتسويق منتجات التأمين وفقاً للمبادئ الشرعية. تم الحصول على نتائج الدراسة من خلال الملاحظة المركزة والمقابلات مع الجهات المعنية في شركة التأمين التكافلي العائلي.

أظهرت نتائج الدراسة ما يلي: أولاً، تعتمد شركة التأمين التكافلي العائلي على تسويق مباشر (Direct Marketing) وتسويق غير مباشر (Indirect Marketing) في ممارساتها التسويقية. فيما يتعلق بالتسويق، تستخدم الشركة استراتيجية P4 (المنتج، السعر، المكان، والترويج). ثانياً، تتوافق ممارسات تسويق منتجات التأمين الشرعي في شركة التأمين التكافلي العائلي مع فتوى DSN-MUI رقم DSN-MUI/VIII/2021/139 بشأن تسويق منتجات التأمين وفقاً للمبادئ الشرعية. الكلمات المفتاحية: التسويق الشرعي، التأمين الشرعي، فتوى DSN-MUI الهيئة الشرعية الوطنية

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia di dunia ini pada hakikatnya mencakup berbagai hal yang menunjukkan hakikat kehidupan. Semua orang mengalami apa yang disebut bencana, namun bencana yang menimpa manusia merupakan kehendak Allah SWT dan tidak dapat dicegah atau dihindari. Permasalahan yang selalu dihadapi masyarakat adalah kemungkinan sakit, kecelakaan, usia tua, dan kematian. Kematian ini pasti, tapi tidak ada yang tahu kapan akan terjadi. Upaya untuk mengatasi sifat alamiah yang berwujud sebagai suatu keadaan yang tidak pasti, antara lain dengan berupaya melimpahkannya kepada pihak-pihak lain di luar dirinya sendiri atau badan usaha lain. Adapun lembaga tersebut yang menjamin sekiranya timbul suatu peristiwa yang tidak diinginkan tersebut dikenal dengan Asuransi.¹

Penerapan pemasaran asuransi syariah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI NO. 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang Pemasaran Produk Asuransi Syariah untuk Menghindari Garar, Maisir dan Riba. Pembahasan di atas menunjukkan bahwa teknik pemasaran dalam kegiatan asuransi syariah memerlukan landasan hukum, karena garar, maisir dan riba masih banyak dilakukan oleh perusahaan asuransi konvensional. Fatwa ini pelengkap dan sekaligus menyempurnakan fatwa sebelumnya sehingga lebih dapat diterapkan dalam menjawab beberapa pertanyaan syariah yang belum terselesaikan.

¹ Sri Rezeki Hartono “*Hukum Asuransi Syariah dan Perusahaan asuransi*”, cet, ke 1 (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) h. 2

Kata asuransi berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *insurance*, yang dalam Bahasa Indonesia telah menjadi Bahasa populer dan diadopsi dalam kamus besar Bahasa Indonesia dengan padanan kata ‘pertanggungan’. Dalam Bahasa Belanda biasa disebut dengan istilah *assurantie* (Asuransi) dan *verzekering* (Pertanggungan)². Asuransi syariah adalah pengaturan pengelolaan risiko yang memenuhi ketentuan syariah, tolong menolong secara mutual yang melibatkan peserta dan operator. Syariah berasal dari ketentuan-ketentuan didalam Al-Qur’an dan As-Sunnah

Oleh karena itu, dasar dari asuransi syariah adalah bersumber dari beberapa hukum praktik mengenai asuransi syariah. Asuransi syariah adalah asuransi bisnis yang berdasarkan nilai-nilai syariah yaitu Al-Quran dan Sunnah Rasulullah. Salah satu landasan yang digunakan dalam hal ini adalah gotong-royong. Sesuai firman Allah SWT, berikut 3 Ayat Al-Qur’an mengenai asuransi

مَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۚ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفَاعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقْتَدِرًا

“Barangsiapa yang memberi syafa’at yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian dari (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi Syafa’at yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)nya. Allah Maha kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S. An-Nisa[4]:85).

Perusahaan asuransi tidak diperbolehkan menggunakan sistem ketidakpastian (*garar*), perusahaan asuransi tidak diperbolehkan menggunakan sistem perjudian (*maisir*) dalam investasi atau operasionalnya, dan perusahaan tidak diperbolehkan menggunakan

² AM. Hasan Ali, “Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam” , (Jakarta:Kencana, 2004), h. 57

sistem bunga. Ketiga larangan tersebut merupakan aturan dalam penerapan hukum syariah.³

Saat ini asuransi syariah belum sepenuhnya mencapai potensinya dan asuransi syariah masih menghadapi beberapa kendala. Direktur Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) menegaskan, masyarakat Indonesia masih belum sadar akan pentingnya asuransi karena kurangnya pengetahuan masyarakat tentang manfaat asuransi syariah. Padahal, lembaga keuangan syariah mempunyai keunggulan tidak hanya dalam aspek hukum tetapi juga dalam sistem perekonomian alternatif yang mendukung percepatan pembangunan perekonomian Indonesia. Dengan demikian, asuransi syariah dapat lebih dikenal dan diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran asuransi syariah untuk memperkenalkan fungsi asuransi syariah kepada masyarakat, dan kehadiran asuransi syariah akan memberikan manfaat.⁴

Menurut Gusti Yosi Andri, Annisarahmah Utami Susanto, Tina Marlina, dalam Jurnal berjudul, Akibat Hukum Perjanjian Keagenan Pada PT Asuransi Allianz Life Indonesia, Dalam praktiknya, Kenyataannya beberapa agen asuransi tidak sepenuhnya memahami produk asuransi yang dijualnya, kurang transparan dalam mendeskripsikan produknya, dan hanya fokus pada pencapaian tujuan penjualan dan perolehan komisi. Akibatnya nasabah tentu saja dirugikan. Dalam suatu kasus, seorang nasabah yang membeli produk asuransi unit link (PAYDI) dikenakan sanksi oleh pihak asuransi

³Wirdayaningsih, "*Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*". Penerbit: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI. Depok. 2007, hlm. 78

⁴ Andriani, A., Ramadhani, S., & Harahap, R. D., "*Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah*". ManBiz: Journal of Management and Business, 2 (1), 2022, h. 96-121

karena tidak mendapatkan informasi dan informasi produk yang jelas dan lengkap mengenai pemisahan biaya proteksi dan investasi. Nasabah juga mengeluh tidak menerima laporan bulanan hasil investasinya.⁵

Asuransi Takaful Keluarga adalah jenis asuransi syariah yang menyediakan layanan dengan tujuan menciptakan kesejahteraan masyarakat melalui perlindungan asuransi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁶ Asuransi syariah pertama di Indonesia didirikan oleh Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) pada tanggal 24 Februari 1994. Tim ini terdiri dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Bank Muamalat Indonesia, Para Pengusaha Muslim Indonesia, serta Syarikat Takaful Malaysia Bhd (STMB). Pada tanggal 5 Mei 1994, PT Asuransi Takaful Keluarga, asuransi pertanggungjawaban jiwa syariah pertama di Indonesia, resmi didirikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Dr. Mar'ie Muhammad. Kemudian, pada tanggal 2 Juni 1994, didirikan PT Asuransi Takaful Umum, asuransi umum syariah pertama di Indonesia, yang diresmikan oleh koordinator ICMI saat itu, Prof. Dr. BJ Habibie.⁷

Perusahaan asuransi memiliki agen asuransi yang lulus ujian untuk memenuhi syarat sebagai agen asuransi bagi perusahaan asuransi pilihan mereka. Seorang agen harus bisa menjaga kepercayaan ketika berhadapan dengan calon pemegang polis. Agen

⁵ Gusti Yosi Andri, Annisarahmah Utami Susanto, Tina Marlina, “Akibat Hukum Perjanjian Keagenan Pada PT Asuransi Allianz Life Indonesia”, Cirebon: Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum, Vol 14, No. 2 (2023), hlm 80

⁶ Hilal, Raffi Alfatta. “Implementasi Produk Al-Khairat Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Kantor Cabang Banda Aceh”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ar- Raniry. Banda Aceh. 2017

⁷ Aulia Chintya Dewi, Atika, “Strategi Pemasaran Perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Untuk Mendorong Generasi Milenial Menggunakan Produk Asuransi Syariah”, Sumatera Utara: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi, Vol.1, No.2 Juni 2022, hlm 129

asuransi didefinisikan sebagai orang yang diberi wewenang oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah, dan mengakhiri kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dan Masyarakat. Sebab, seorang agen pada hakikatnya adalah pihak yang menjalankan bisnis asuransi. Tingkat penjualan polis asuransi dalam suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kerja seorang agen.⁸

Faktanya, banyak agen asuransi yang tidak memperhatikan aspek manfaat bagi nasabah dan calon pemegang polis. Beberapa masalah sering terjadi. Artinya, ketika seorang agen asuransi muda belum begitu memahami produk asuransi yang perlu mereka jelaskan kepada calon nasabah pemegang polisnya. Agen junior biasanya termotivasi oleh bonus yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi, sedangkan calon nasabah pada dasarnya membeli polis asuransi berdasarkan kebutuhannya dan bukan berdasarkan manfaat/janji yang ditawarkan oleh agen asuransi sehingga tidak memperhatikan kebutuhan nasabah karena pada dasarnya calon nasabah membuka polis asuransi berdasarkan kebutuhan bukan berdasarkan keuntungan atau janji-janji yang ditawarkan agen asuransi seperti investasi yang sangat menguntungkan, klaim yang nominalnya besar.⁹

Agen disini berdiri pada 2 pihak yakni untuk menghubungkan Perusahaan asuransi serta pihak tertanggung, yang mana agen akan menjual produk asuransi dan memiliki hubungan kepercayaan (*trust*) kepada tertanggung. Namun disisi lain juga agen berkewajiban

⁸ wayan Agus Satriya Wedhana Putra dan Ida Ayu Sukihana, “*Kedudukan Agen Asuransi di Era Digital Dalam Menawarkan Produk Asuransi*”, (Jurnal Kertha Semaya, Vol. 8 No. 3 Tahun 2020, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2020), hlm. 350-367

⁹ Melvin Mumpuni, “*Lima Ciri Agen Asuransi Jiwa yang Bakal Merugikan Klien*”, *Finansialku.com/* [konten/2014/02/27/](https://www.finansialku.com/asuransi/agen-asuransi-jiwa/) *Agen-Asuransi-Jiwa*, <https://www.finansialku.com/asuransi/agen-asuransi-jiwa/>, (Diakses pada 11 maret 2024, Pukul 20.00 WIB)

membantu tertanggung dalam pemenuhan hak-hak asuransi yang telah ia miliki dari premi yang telah dibayarkan sebelumnya. Namun ternyata, dengan bertambahnya agen asuransi sekarang ini, maka tidak dapat dipungkiri akan ada jarak yang tentu dapat terjadi antara agen dan pihak perusahaan asuransi.¹⁰ Walaupun pada kenyataannya kedudukan agen ada ditengah antara pihak perusahaan dan pihak tertanggung itu sendiri dan mudah jika dikatakan bahwa perbuatan melawan hukum dapat timbul dikarenakan adanya tindakan agen asuransi kepada tertanggung pemegang polis yang merugikan tertanggung pemegang polis itu sendiri

Kasus pemalsuan polis oleh agen PT Asuransi Jiwa Sinarmas MSIG Tbk (MSIG Life) di Manado masih terus bergulir. Dikabarkan sampai saat ini pengembalian uang nasabah belum ada kejelasan. Agen bernama Swita Glorite Supit ini diketahui telah dihukum penjara atas perbuatan pemalsuan polis yang merugikan nasabah hingga Rp 200 Miliar. Meski saat ini telah mendekam di jeruji besi, namun putusan pidana mengatakan Swita tidak berkewajiban untuk membayar ganti rugi uang nasabah yang telah hilang. Terkait hal tersebut, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pun meminta MSIG Life untuk mengkaji kembali tata kelola pemasaran produk asuransi melalui tenaga pemasar atau agen. seiring dengan pengaduan tersebut, secara bersamaan proses hukum juga berjalan atas kasus pidana dan perdata tersebut. Dia menegaskan, OJK menghormati proses hukum, baik yang telah dinyakan inkracht maupun yang sedang berjalan. Head of Customer & Marketing Sinarmas MSIG Life, Lukman Aulia menegaskan bahwa perusahaan tidak menerima keuntungan apapun dari tindak pidana

¹⁰ P Susilo, *“Prinsip-prinsip Praktis Perlindungan Distributor”* (Jakarta: Prenada Media Group, 2002) hlm. 5.

yang dilakukan oleh Swita. Bahkan perusahaan turut dirugikan atas perbuatan Swita.¹¹

Salah satu agen PT Asuransi Jiwa Astra atau Astra Life tersangkut kasus penipuan atas 24 nasabahnya di Jawa Timur. Para nasabah mengeluh tidak menerima polis dan meminta pengembalian seluruh premi asuransi yang telah dibayarkan kepada Astra Life. Kasus ini bergulir di Mabes Polri. Menurut penelusuran Manajemen, Astra Life telah mengirimkan uang pencairan polis kepada nasabah yang bersangkutan. Namun, uang itu kemudian digelapkan oleh oknum agen.¹² Dari situ, terdapat dugaan fraud yang dilakukan oleh oknum agen. Pasalnya, setelah dilakukan penelusuran dan verifikasi secara terperinci terhadap dokumen agen, Astra Life menyatakan bahwa seluruh polis tersebut telah dikirimkan kepada nasabah yang bersangkutan. Dua pekan lalu, Astra Life juga mengatakan telah mengambil langkah hukum atas dugaan kecurangan atau *fraud* yang dilakukan agen mitra pemasar asuransi.¹³

Pemalsuan dokumen bisa berupa pemalsuan identitas, surat kematian, dan dokumen-dokumen pendukung yang disertakan dalam

¹¹ Alfi Salima Puteri, <https://finance.wartaekonomi.co.id/read28573/buntut-pemalsuan-polis-oleh-agen-ojk-minta-msig-life-tinjau-tata-kelola-pemasaran-asuransi>, (Diakses pada 6 juni 2024, Pukul 11:26 WIB)

¹² Mentari Puspadini, “*CNBC Indonesia, Jreng 3 Agen Asuransi Nakal Muncul, Korban Berjatuhan*”, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230523102604-17-439712/jreng-3-kasus-agen-asuransi-nakal-muncul-korban-berjatuhanhttps://www.cnbcindonesia.com/market/20230523102604-17-439712/jreng-3-kasus-agen-asuransi-nakal-muncul-korban-berjatuhan>, (Diakses Pada 8 Juni 2024, Pukul 21:17 WIB)

¹³ Arif Rahman Hakim, “*Kronologi 24 Nasabah Astra Life Tak Terima Buku Polis Hingga Tempur Jalur Hukum Ini ceritanya*”, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5201437/kronologi-24-nasabah-astra-life-tak-terima-buku-polis-hingga-tempuh-jalur-hukum-ini-ceritanya>, (Diakses Pada 8 Juni 2024, pukul 21:26 WIB)

proses klaim.¹⁴ Dalam kasus Bryan Malvin, agen asuransi PT. Prudential, dan Ong Siauw Jong sebagai korban, ditemukan indikasi bahwa dokumen asuransi kesehatan tersebut palsu. Bryan Malvin melakukan pemalsuan tanda tangan Ong Siauw Jong untuk membuka polis baru dan memperoleh komisi sebesar 30% dari premi yang dibayar oleh Ong Siauw Jong selama dua tahun sejak pembukaan polis. Tindakan pemalsuan tanda tangan ini merupakan tindak pidana asuransi yang dapat dikenakan hukuman penjara. Dalam hal ini, Bryan Malvin telah dijatuhi hukuman penjara selama 1 tahun oleh Pengadilan Negeri Surabaya. Dokumen asuransi kesehatan yang terindikasi sebagai palsu tidak memiliki keabsahan dan tidak bisa digunakan untuk klaim asuransi, yang dapat menyebabkan kerugian bagi tertanggung yang seharusnya memiliki hak klaim. Oleh karena itu, sangat penting bagi nasabah untuk memastikan keabsahan dokumen asuransi yang diterima dan melakukan verifikasi sebelum melakukan pembayaran premi.¹⁵

Dalam praktiknya, masih banyak ditemukan agen asuransi yang tidak melaksanakan tugas dan kewajiban yang telah disepakati dengan perusahaan asuransi mereka. Contohnya adalah kasus yang melibatkan Bryan Malvin, seorang agen dari PT Prudential, yang terlibat dalam pemalsuan dokumen terkait asuransi kesehatan. Karena adanya hubungan kerja antara agen dan PT Prudential, perusahaan tersebut juga bisa diminta pertanggungjawaban, selain pelaku individu. Tindak pidana dalam bidang asuransi mencakup berbagai jenis kejahatan,

¹⁴ Vitalia Mangkat, dkk. “Tindak Pidana Pemalsuan Dokumen Perasuransian Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian” Jurnal Lex Crimen. Vol.10, No.1: hal.120

¹⁵ Ahmad Sofian, “Tindak Pidana Asuransi: Studi Kasus Prudential”, <https://business-law.binus.ac.id/2022/02/17/tindak-pidana-asuransi-studi-kasus-prudential/>, (Diakses Pada 6 Juni 2024, Pukul 2024 WIB)

seperti asuransi gelap, penggelapan kekayaan perusahaan asuransi, pemalsuan dokumen asuransi, penggelapan premi asuransi, dan penipuan asuransi.¹⁶

Dalam tiga kasus yang dibahas dalam penulisan ini, penyebab utama masalah adalah ketidakjelasan informasi yang disampaikan oleh agen atau perusahaan asuransi kepada calon nasabah. Hal ini sering mengakibatkan kerugian bagi nasabah. Untuk mengatasi masalah ini, Fatwa DSN-MUI telah menetapkan aturan mengenai pemasaran asuransi syariah, bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan dengan baik. Namun, masih terdapat isu terkait penipuan atau kerugian yang dialami nasabah dalam dunia asuransi. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan asuransi untuk mematuhi fatwa yang telah ditetapkan, yaitu Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi syariah.

Berdasarkan Ayat kelima Huruf C dari Fatwa No. 139/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah, pemasar diwajibkan untuk menyampaikan informasi mengenai produk asuransi syariah dengan jelas dan mudah dipahami oleh peserta serta membantu dalam proses klaim manfaat investasi dan asuransi. Namun, pihak pemasar seringkali mengabaikan tanggung jawab ini. Seorang pelanggan mengajukan klaim kepada perusahaan asuransi, memenuhi semua persyaratan, tetapi perusahaan mempersulit proses klaim. Ini adalah contoh pelanggaran prinsip syariah.¹⁷

¹⁶ Rise Karmila. "Fungsionalisasi Hukum Pidana Terhadap Pertanggungjawaban Korporasi Dalam Tindak Pidana Di Bidang Asuransi" Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos. Vol. 6, No.2: hal.115

¹⁷ Mida Safitriani, Dede Karnia, Syahrul Anwar, Dan Fadil Daud Abdullah, "Analisis Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 Dalam Penerapan Etika Bisnis Islam Pada

Peneliti memilih PT Asuransi Takaful keluarga dikarenakan di PT Asuransi Takaful Keluarga Perusahaan asuransi syariah pertama di Indonesia. Selain itu PT Asuransi Takaful Keluarga kerap mendapatkan penghargaan diantaranya, “*Indonesia Best Sharia Life Insurance 2024 with Enhanced Operational Quality and Service to Fulfill Customer Needs*” pada acara Indonesia Sharia and Halal Top Brand Awards 2024 yang berlangsung pada 2 Juli 2024 di The Sultan Hotel & Residence Jakarta. Penghargaan ini diterima oleh Bapak Yurivanno Gani, Direktur Utama PT Asuransi Takaful Keluarga. Indonesia Sharia and Halal Top Brand Awards 2024 diadakan oleh media Warta Ekonomi sebagai bentuk penghargaan dan pengakuan terhadap perusahaan-perusahaan di sektor ekonomi syariah yang berhasil beradaptasi dengan tantangan bisnis dan pengembangan strategi bisnis halal, serta berkontribusi pada pengembangan dan peningkatan ekosistem syariah di Indonesia.¹⁸

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang penerapan yang dilakukan oleh agen pada produk pemasaran asuransi di PT Asuransi Takaful Keluarga. Bagaimana dan Apakah penerapan pemasaran produk asuransi telah sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan Fatwa DSN MUI. Hal inilah penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN FATWA DSN-MUI NO.139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN PRODUK ASURANSI BERDASARKAN**

Pemasaran Produk Asuransi Syariah di Indonesia”, Jurnal Of Sharia Banking, Vol.5, No.1 Tahun 2024, Hlm 48

¹⁸ Situs Resmi PT Asuransi Takaful Keluarga, <https://takaful.co.id/takaful-keluarga-raih-penghargaan-dalam-indonesia-sharia-and-halal-top-brand-awards-2024/>, (Diakses Pada 3 September 2024, Pukul 11:50 wib)

PRINSIP SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga).

B. Permasalahan

1. Indetifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis dapat mengindetifikasikan masalah sebagai berikut:

- a. Ditemukan beberapa kasus yang terjadi terkait pemasaran produk asuransi adalah disebabkan oleh pihak ketiga yang melakukan pelanggaran dalam memasarkan produk asuransi
- b. Praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga
- c. Kesesuaian praktik pemasaran produk asuransi syariah di PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan ini. Rumusan masalah yang perlu dibahas dalam penelitian ini adalah:

- a. Praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga
- b. Kesesuaian praktik pemasaran produk asuransi syariah Pada PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

3. Rumusan Masalah

Melalui pembatasan masalah di atas, maka untuk mempermudah penulisan skripsi ini, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga
- b. Bagaimana kesesuaian praktik pemasaran produk asuransi syariah Pada PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, yang dapat dijadikan arahan atas apa yang harus dilakukan dalam penelitian. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah peneliti uraikan diatas, maka dalam melakukan penelitian ini memiliki tujuan:

1. Untuk mengetahui Praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga
2. Untuk mengetahui mengetahui kesesuaian praktik pemasaran di PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di harapkan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hal terkait dengan analisis penerapan pemasaran berdasarkan fatwa dewan syariah pada produk asuransi syariah di PT Asuransi Takaful Keluarga sebagai Upaya peningkatan dalam pemasaran asuransi syariah
- b. Adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta evaluasi bagi kalangan akademis dan mahasiswa khususnya dalam bidang ekonomi syariah

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis sendiri manfaat yang dirasakan dari penelitian ini menambah khasanah pengetahuan dan wawasan dibidang Asuransi Syariah umumnya, dan khusus nya mengenai pemahaman agen asuransi syariah terhadap pemasaran produk asuransi syariah pada perusahaan asuransi di PT Asuransi Takaful Keluarga
- b. Bagi pihak Asuransi Syariah, penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan Asuransi Syariah untuk kemajuan dimasa yang akan datang.
- c. Bagi pihak lain, terutama di dunia pendidikan, penulis berharap penelitian ini dapat menambah bahan kepustakaan. Dan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai pemahaman mekanisme pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga dan khususnya dalam peningkatan penjualan produk asuransi syariah.

E. Tinjauan Pustaka

1. Aulia Bakhtiar Sasah, Unervesitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Skripsi, “Analisis Penerapan

Strategi Pemasaran Direct Selling Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus di PT , Takaful Keluarga Kantor Kota Serang Banten)”, Tahun 2021. Skripsi ini membahas tentang penerapan strategi direct selling pada PT. Asuransi Takaful Keluarga kantor Serang, dengan adanya 5 strategi yaitu, Strategi segmentasi pasar, Strategi penentuan pasar (*targeting*), Strategi posisi pasar (*positionin*) Bauran pemasaran, Strategi keagenan. Dari 5 strategi ini yang lebih unggul ialah strategi ke agenan dalam pemasaran, karena agen adalah ujung tombak didalam pemasaran. Disinilah agen harus mempunyai kemampuan menyampaikan dengan benar dan baik tentang produk yang akan di jual.¹⁹ Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk pemasaran asuransi syariah. Adapun letak perbedaan antara skripsi ini dengan yang ditulis penulis yaitu terletak pada strategi pemasaran, skripsi ini dalam strategi pemasarannya menggunakan strategi pemasaran direct selling pada PT Asuransi Takaful Keluarga, sedangkan penulis berlandasan pada tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

2. Sahrine Fhan Hidayanti, Unirvesitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Skripsi, “Strategi Pemasaran Agen dalam mencakup Target Penjualan Pada Produk Asuransi Prudential (Studi Pada PT Prudential Jl. H. Adam Malik No. 26 Medan)”,

¹⁹ Aulia Bakhtiar Sasah, “*Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Direct Selling Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus di PT, Takaful Keluarga Kanto Kota Serang Banten)*”, Skripsi, (Banten, Unervesitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin, 2021)

Tahun 2021. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran produk PRUlink syariah di PT Prudential Life Assurance, peran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi prudential menggunakan 4 (empat) strategi yaitu: *canvassing* (grebek pasar), *door to door* (dari pintu ke pintu), *group selling* dan menggunakan analisis swot pada strategi pemasaran prudential life assurance.²⁰ Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk asuransi. Adapun letak perbedaan antara skripsi ini dengan yang ditulis penulis yaitu terletak pada strategi pemasaran, skripsi ini dalam strategi pemasaran lebih berfokus kepada strategi pemasaran agen dalam pencapaian target penjual pada produk asuransi prudential sedangkan penulis lebih berfokus kepada tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

3. Ipih Nurjannah, Unervesitas Islam Negeri Antasari, Skripsi, “Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin”, Tahun 2018. Skripsi ini membahas tentang strategi yang di pakai oleh PT. Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin yaitu, membebaskan biaya administrasi, memiliki target atau tempat-tempat strategis seperti pasar pusat usaha bisnis dan pusat pembelanjaan, memasang spanduk baliho, menyebarkan brosur, sosialisasi, dan silaturahmi ke masyarakat akan tetapi dalam strategi

²⁰ Sahrine Fhan Hidayanti, “*Strategi Pemasaran Agen dalam mencakup Target Penjualan Pada Produk Asuransi Prudential (Studi Pada PT Prudential Jl. H. Adam Malik No. 26 Medan)*”, Skripsi, (Sumatra Utara: Unervesitas Islam Negeri, 2021)

pemasaran ini masih terdapat hambatan bagi Masyarakat yang belum memahami Pendidikan anak dalam produk funaldi, khususnya pada agen baru belum bisa terjun langsung pada Masyarakat dalam membawakan produk funaldi ini.²¹ Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai produk pemasaran asuransi syariah. Adapun letak perbedaan antara skripsi ini dengan yang ditulis penulis yaitu terletak pada strategi pemasaran, skripsi ini dalam strategi pemasarannya terletak pada Pendidikan anak pada produk funaldi asuransi syariah, sedangkan penulis lebih berfokus pada tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 139/ DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

4. Irfanul Hakim, Unervesitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin Banten, Skripsi, “Analisis Strategi Pemasaran PT AJB Bumiputera 1912 Dalam Menghadapi Persaingan Industri Asuransi Syariah (Studi Pada PT AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang)”, Tahun 2018. Pada skripsi ini membahas tentang Strategi pemasaran pada PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang menerapkan strategi bauran pemasaran dan menjalin hubungan kerja sama dengan perguruan-perguruan tinggi, dengan strategi yang diterapkan pada PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang Produk Asuransi Jiwa syariah, dari hasil analisis SWOT dapat dilihat bahwa faktor yang dimiliki

²¹ Ipih Nurjannah, “*Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin*”, Skripsi, (Banjarmasin: Unervesitas Islam Negeri Antasari, 2018)

oleh perusahaan dan faktor kelemahan peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman. Oleh sebab itu, dengan kondisi seperti itu PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang seharusnya sudah cukup mampu untuk bersaing dengan kompetitor lainnya.²² Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk pemasaran asuransi syariah. Adapun letak perbedaannya antara skripsi ini dengan yang ditulis penulis yaitu terletak pada strategi pemasaran, skripsi ini dalam strategi pemasarannya menggunakan analisis SWOT dan dalam strategi pemasarannya yaitu melalui sosialisasi pada petugas atau wakalah perusahaan yang telah diberikan pelatihan mengenai pemahaman atau manfaat asuransi syariah, sedangkan penulis lebih berfokus pada Tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 139/ DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

5. Selvi Wibriana Sari, Unevesitas Airlangga, Tesis, “Tanggungjawab Perusahaan Asuransi dalam Kegiatan Pemasaran Produk Asuransi Unit Link melalui Agen”, Tahun 2020. Pada tesis ini membahas mengenai asuransi dalam memasarkan produknya yang melalui agen asuransi Dalam praktiknya, agen tidak menjelaskan secara detail mengenai isi polis produk asuransi unit link tersebut. Untuk mengetahui dan menganalisis karakteristik perjanjian asuransi unit link terkait dengan perbuatan agen dalam memasarkan produk unit link

²² Irfanul Hakim, “Analisis Strategi Pemasaran PT AJS Bumiputera 1912 Dalam Menghadapi Persaingan Industri Asuransi Syariah (Studi Pada PT AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang)”, Skripsi, (Banten: Unervesitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, 2018)

perusahaan asuransi.²³ Persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang produk pemasaran asuransi syariah. Adapun letak perbedaannya antara skripsi ini dengan yang ditulis penulis yaitu terletak pada strategi pemasaran, dalam skripsi ini kegiatan pemasaran produk unit link melalui agen perusahaan asuransi, maka penyelesaian sengketa antara tertanggung dengan perusahaan asuransi dapat dilakukan mediasi melalui lembaga mediasi sesuai dengan aturan yang telah diatur dalam pasal 54 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian. Sedangkan penulis lebih berfokus pada Tinjauan Fatwa DSN-MUI No. 139/ DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

F. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara untuk memecahkan masalah ataupun cara pengembangan ilmu pengetahuan dengan metode ilmiah.²⁴ Menurut Sugiono metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat di temukan, dikembangkan dan di buktikan dengan suatu pengetahuan tertentu sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah.²⁵ Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa kata-kata, seperti

²³ Selvi Wibriana Sari, “Tanggungjawab Perusahaan Asuransi dalam Kegiatan Pemasaran Produk Asuransi Unit Link melalui Agen”, Tesis, (Surabaya:Unervesitas Airlangga, 2020)

²⁴ Efendi Johaedi dan Ibrahim Johny, “Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris, Cet ke-2 (Depok: Pranamedia Group, 2018)”, hlm 3

²⁵ Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D”, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 6

transkrip wawancara, catatan lapangan, memo, dan dokumen pribadi, serta gambar seperti foto dan kaset video. Hasil penelitian akan menggunakan kutipan langsung dari data ini untuk mengilustrasikan dan mendukung presentasi. Peneliti akan menganalisis data ini dengan mendekati bentuk aslinya sebanyak mungkin, baik itu dalam bentuk pencatatan atau transkripsi. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti perlu memiliki pikiran terbuka dan mempertimbangkan bahwa setiap elemen data memiliki potensi untuk memberikan petunjuk yang dapat membuka pemahaman yang lebih komprehensif terhadap subjek yang sedang dipelajari.²⁶

1. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif berupa studi kasus (*case study*). Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan pada pendekatan induktif dan dilakukan melalui pengamatan langsung dan partisipatif terhadap fenomena sosial.²⁷ Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami pengalaman subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan secara menyeluruh. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan fenomena tersebut dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dalam konteks yang alami, dan menggunakan berbagai metode yang sesuai dengan konteks tersebut.²⁸

Dalam penelitian berupa studi kasus (*case study*) Studi kasus, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*A Case*

²⁶ Denzin, N.K. and xS. Lincoln (eds.) (1994), "*Introduction: Entering the Field of Qualitative E Research*", Handbook of Qualitative Research, Thousand Oaks: Sage, p.1-18.

²⁷ Aminuddin, "*Mengenal Keragaman Paradigma Dan Strategi Penelitian Kualitatif Dalam Bidang Bahasa Dan Sastra*". (Malang:FPBS HIP Malang, 1998.), hlm 47

²⁸ Lexy, J. Moleong. "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", Cetakan Ke-1, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014. hlm. 6

Study" atau "*Case Studies*," mengacu pada istilah "*case*" yang menurut Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English berarti contoh kejadian, kondisi aktual, atau situasi tertentu mengenai seseorang atau sesuatu. Dengan demikian, studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara mendalam dan rinci mengenai suatu program, peristiwa, atau aktivitas. Ini dapat mencakup individu, kelompok, lembaga, atau organisasi, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang kejadian tersebut.²⁹

Kasus merujuk pada kejadian atau peristiwa yang bisa sangat sederhana maupun sangat kompleks. Studi kasus adalah metode penelitian di mana peneliti secara mendetail menyelidiki suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau kelompok individu tertentu. Kasus-kasus ini dibatasi oleh waktu dan aktivitas tertentu, dan peneliti mengumpulkan informasi secara menyeluruh menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam kerangka waktu yang telah ditetapkan.³⁰ Data tersebut diambil di lokasi penelitian yaitu di PT Asuransi Takaful Keluarga Jakarta Selatan dan juga wawancara dengan agen dan pihak manager di PT Asuransi Takaful Keluarga.

2. Pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian hukum normatif, Penelitian hukum yang hanya mengandalkan studi bahan pustaka atau data sekunder dikenal

²⁹ Mudjia, Rahardjo. "*Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*", Maulana Malik Ibrahim Malang: Universitas Islam Negeri, 2017. hlm.3

³⁰ Adhi, Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron. "*Metode Penelitian Kualitatif*", Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019. hlm. 9

sebagai penelitian hukum normatif, sementara penelitian hukum yang mengumpulkan dan menganalisis data primer disebut sebagai penelitian hukum sosiologis.³¹

Pendekatan normatif adalah metode legal-formal yang bersifat kaku dan mutlak dalam menentukan hukum, seperti halal atau haram dan boleh atau tidaknya suatu perkara. Pendekatan ini mencakup cara-cara ilmuwan klasik, seperti ahli ushul fikih, ahli hukum Islam, ahli tafsir, dan ahli hadiś, karena mereka mempelajari aspek hukum formal dan ajaran Islam langsung dari sumbernya.³²

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- a. Sumber data primer: Data primer dalam penelitian ini bersumber pada: hasil wawancara, hasil observasi, dan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah. Dengan demikian data yang diambil dari sumber yang pertama yaitu berupa wawancara langsung dari sales manager dan agen asuransi di PT Asuransi Takaful Keluarga terkait bagaimana dalam melaksanakan pemasaran produk asuransi syariah di Asuransi Takaful Keluarga terkait dengan pemasaran produk asuransi syariah yang terdapat pada Asuransi Takaful Keluarga Pusat Jakarta Selatan.

³¹ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, 1985, "*Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*", Jakarta: CV. Rajawali, hlm. 15

³² Andi Eka Putra, "*Sketsa Pemikiran Keagamaan dalam Perspektif Normatif, Historis, dan Sosial -Ekonomi*". Al-Adyan Vol12, No.2 2017, hlm 210

b. Sumber data sekunder: Data sekunder adalah data yang telah tersedia kemudian peneliti hanya mengambil beberapa data tersebut. Baik memperoleh dari buku, laporan, jurnal, dan sumber sekunder lainnya.³³ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari penelusuran buku, jurnal, artikel, website, Al- Qur'an, dan literatur dari lembaga-lembaga yang terlibat dalam pembahasan, dan referensi yang berkaitan dengan pemasaran asuransi syariah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti ada beberapa macam yaitu sebagaimana berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu.³⁴ Dalam konteks jenis pertanyaan yang diajukan dalam wawancara, terdapat tiga kategori utama. Pertama adalah wawancara tertutup, di mana pertanyaan-pertanyaan khusus diajukan dengan harapan mendapatkan jawaban singkat seperti ya, tidak, atau mungkin. Kedua adalah wawancara terbuka, di mana peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan tanpa batasan jawaban tertentu. Ketiga adalah wawancara campuran, yang menggabungkan elemen-elemen dari jenis pertama

³³ Enny Radjab dan Andi Jam'an, "*Metode Penelitian Bisnis*", (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2017), h. 111.

³⁴ Deddy Mulyana, "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) hlm 180.

dan kedua. Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan pendekatan wawancara terbuka.³⁵

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan informan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti guna memperoleh data, baik secara lisan maupun tulisan atas sejumlah keterangan dan data yang diperlukan. Kemudian dalam pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.

Metode wawancara untuk mencapai data primer tentang bagaimana pemasaran produk asuransi di Asuransi Takaful Keluarga Pusat Jakarta Selatan.

b. Observasi

Observasi adalah alat pengumpulan data harus sistematis atau pencatatannya dilakukan menurut prosedur dan aturan-aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti lain. Observasi dilakukan langsung di Asuransi Takaful Keluarga Jakarta Selatan.

Observasi dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung, dengan menekankan pentingnya ketelitian dan kecermatan. Dalam pelaksanaannya, observasi membutuhkan penggunaan berbagai alat, seperti daftar catatan, perangkat perekam elektronik, pemutar kaset, kamera, dan peralatan lainnya sesuai dengan kebutuhan³⁶

³⁵ Hendri Tanjung dan Devi, "*Metedologi penelitian Ekonomi Islam*" (Jakarta: Gramta publishing 2013), hlm. 94.

³⁶ Dewi Sadiyah "*Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*", (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 87

Observasi digunakan untuk mendapatkan informasi tentang kejadian di lapangan. Melalui observasi, informasi yang diinginkan dapat diperoleh secara langsung dan terperinci. Dengan demikian, observasi diharapkan dapat memberikan deskripsi yang mendalam mengenai prospek pemasaran produk asuransi syariah dengan agen pada PT Asuransi Takaful Keluarga Jakarta Selatan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah penelitian yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Dokumen ini berupa bentuk tulisan, gambar, atau karya-karya.³⁷ Adapun dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini yakni catatan kecil, dan gambar yang diperoleh penulis dilapangan.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah langkah-langkah sistematis untuk menyusun dan mengevaluasi data yang diperoleh dari wawancara, dipahami dengan mudah dan temuannya dapat disampaikan kepada orang lain.³⁸ Teknik ini merupakan cara untuk mengubah data menjadi informasi, sehingga karakteristik data tersebut dapat diidentifikasi dengan mudah dan bermanfaat untuk menemukan solusi masalah, terutama dalam konteks penelitian. Sesuai dengan penelitian, maka teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif model interaktif yaitu:

³⁷ Dudung Abdulrahman, “*Pengantar Metode Penelitian*”, (Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003) hlm 58.

³⁸ Dewi Sadiah, ‘*Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*’, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 92

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah dalam mengumpulkan informasi yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian atau mencapai tujuan tertentu. Proses ini sangat penting dalam berbagai bidang, termasuk penelitian ilmiah, bisnis, dan analisis data. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa data dan teori yang digunakan valid serta mencerminkan kenyataan. Oleh karena itu, peneliti perlu terlibat langsung dan memahami teknik pengumpulan data dengan baik. Dengan cara ini, peneliti dapat memastikan validitas dan kebenaran konsep yang diteliti.³⁹

b. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

c. Penyajian Data

Penyajian data adalah suatu kegiatan ketika kumpulan data disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan untuk menghasilkan kesimpulan. Setelah proses reduksi data dari hasil wawancara informan kemudian data tersebut disajikan ke dalam bentuk

³⁹ Salmaa, "Teknik Pengumpulan Data: Pengertian, jenis, dan contoh", <https://penerbitdeepublish.com/teknik-pengumpulan-data/>, (Diakses pada 5 September 2024, Pukul 19:18 WIB)

pembahasan. Isi pembahasannya berupa analisis dari hasil penggolongan data.

d. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data, di mana inti dari data yang telah terorganisir diambil. Kesimpulan ini berupa ringkasan yang memiliki makna luas, yang menyajikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan sering kali mencakup temuan-temuan baru yang sebelumnya belum diketahui.⁴⁰

6. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Asuransi Takaful Keluarga Kantor Pusat: Graha Takaful Indonesia Jl. Mampang Prapatan Raya No. 100, Jakarta Selatan. DKI Jakarta 12790 Telp (021)799. Penelitian ini dilaksanakan pada 22 Juli 2024.

7. Objek Penelitian

Objek penelitian berupa pemasaran produk asuransi dan kesesuaiannya dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan dengan prinsip syariah dengan studi kasus di PT Asuransi Takaful Keluarga

G. Teknik Penulisan

Penulisan skripsi ini berpedoman kepada buku pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Proposal dan Skripsi Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta 2021

⁴⁰ Sofiyana, M. S. S., & dkk. (2022). *“Metodologi Penelitian Pendidikan”*. PT Global Eksekutif Teknologi.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah penjelasan tentang bagian-bagian yang akan di tulis di dalam penelitian ini secara sistematis.⁴¹ Hasil akhir dari penulisan ini akan di tuangkan dalam laporan tertulis dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Dapat diartikan sebagai pengantar dari karya tulis dan jawaban atas penelitian yang sedang dikerjakan. Isi dari pendahuluan itu sendiri meliputi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Teknik Penelitian, Sistemkatika Penulisan

BAB II :LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas tentang teori yang berkaitan dengan Pengertian asuransi syariah, pemasaran asuransi syariah, ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 Tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah.

BAB III : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini menguraikan tentang Gambaran umum PT Asuransi Takaful Keluarga, profil Perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi Perusahaan,

⁴¹ Surat Keputusan Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, *Petunjuk Teknis Penulisan Proposal dan Skripsi* (Jakarta:Surat Keputusan Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta, 2017), h.7

produk-produk PT. Asuransi Takaful Keluarga dan akad akad di PT Asuransi Takaful Keluarga

BAB IV :HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas mengenai Analisa bagaimana praktik Pemasaran Produk Asuransi Syariah Pada PT Asuransi Takaful Keluarga dan Kesesuaian praktik Pemasaran produk Asuransi Syariah Pada PT Asuransi Takaful Keluarga dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah

BAB V :KESIMPULAN

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh penulis serta sebagai jawaban atas pokok permasalahan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan penulis, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktik pemasaran pada PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan praktik pemasaran secara langsung (*direct marketing*) dan pemasan tidak langsung (*indirect marketing*). Dalam hal pemasaran, PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan strategi 4P (*Product, price, place dan promotion*). PT Asuransi Takaful Keluarga sudah diawasi Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kemudian, akad yang digunakan antara pihak PT Asuransi Takaful Keluarga dan pihak pemasar yakni menggunakan akad ijarah, wakalah bil ujah dan ju'alah.
2. Praktik pemasaran produk asuransi syariah pada PT Asuransi Takaful Keluarga telah sesuai dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 139/DSN-MUI/VIII/2021 tentang pemasaran produk asuransi berdasarkan prinsip syariah. Terdapat beberapa unsur yang menunjukkan kesesuaian yaitu: peraturan fatwa mengenai pelaksanaan pemasaran produk asuransi syariah telah dipatuhi, saluran pemasaran produk asuransi syariah sudah sesuai dengan ketentuan, kewajiban yang dilaksanakan perusahaan telah sesuai, akad antara pihak yang memasarkan produk asuransi syariah dan perusahaan telah memenuhi ketentuan, serta penyelesaian perselisihan antara pihak-pihak terkait juga sudah sesuai.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah di lakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada PT Asuransi Takaful Keluarga, penting bagi perusahaan untuk meningkatkan penggunaan strategi pemasaran 4P yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan cara ini, dapat memperluas pangsa pasar, membangun kepercayaan, dan meraih hasil bisnis yang lebih optimal. Selalu lakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap strategi pemasaran untuk memastikan kesesuaiannya dengan kebutuhan pasar dan perkembangan tren terbaru.
2. Kepada para anggota asuransi syariah, untuk lebih efektif dalam menemukan agen asuransi syariah dan menghindari potensi masalah, dan memastikan bahwa agen yang di pilih memahami serta mematuhi prinsip-prinsip syariah. Dengan ini dapat memastikan bahwa polis asuransi yang dipilih sesuai dengan kebutuhan dan prinsip syariah, serta mengurangi risiko masalah di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdulrahman, Dudung, *“Pengantar Metode Penelitian”*, Yogyakarta: Kurnia Alam Semesta, 2003.
- Ahmad, Abu Abdullah ahmad ibnu Muhammad ibnu Hanbal ibnu Hilâl ibnu Asad as-Saibâni, Musnad, (kairo: Mawqi’ Wizârah al-Awqâf al-Misriyah hadís ke- 9878, hlm 409
- Ali, Hasan, *“Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis, Teoristis dan Praktis”*. Jakarta: Kencana Press, 2004.
- al-Bantani, Tubagus Najib, Al-Qur’an Mushaf Al-Bantani,(Banten: Lembaga Percetakan Al-Quran Kementerian Agama RI, 2012.
- al-Bukhârî bin Ismâ’îl, Şahih Bukhârî, cet. Pertama Kairo: al-Maktabah As-Salafiyah, 1980.
- Anoraga, Pandji Anoraga, *“Manajemen Bisnis”*, Jakarta: Rineka Cipta 2009
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad, *‘Fikih Muamalat’*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010.
- Buchari, Veithzal Rivai, Andi, *‘Islamic Economics’*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Departement Agama RI, Mushaf Al-Qur’an dan Terjemahan, Depok: Al- Huda Kelompok Gema Insani, 2002.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *“Kamus Besar Bahasa Indonesia”* , Jakarta: Balai Pustaka, 1996.
- Devi, dan Hendri Tanjung, *“Metedologi penelitian Ekonomi Islam”* Jakarta: Gramta publishing 2013.
- Jam’an, Enny Radjab dan Andi, *“Metode Penelitian Bisnis”*, Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah, 2017.

- Janwari, Djazuli, *“Lembaga-lembaga perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)”*, Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Johny, Efendi Johaedi dan Ibrahim, *“Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris”*, Cet ke-2, Depok: Pranamedia Group, 2018.
- Jusmalani, *”Bisnis Berbasis Syariah”*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Kotler, Philip, *“Marketing”*, Alih Bahasa: Herujati Purwoko, 1991
- Mufraini, Arif, *“Akuntansi dan Manajemen Zakat mengomunikasika kesadaran dan membangun Jaringan”*, Jakarta: Kencana 2006.
- Muhammad, Iqbal, *“Asuransi Umum Syariah dalam Praktik”*. Jakarta: Gema Insani, 2005.
- Mulyana, Deddy, *“Metodologi Penelitian Kualitatif”*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Prodjodikoro, Wirjono, *“Hukum Asuransi di Indonesia”*, Jakarta: Intermassa 1987
- Sula, Kartajaya, H., *“Syariah Marketing”*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2016.
- Sula, Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah Life and General, Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Surat Keputusan Rektor Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta, *Petunjuk Teknis Penulisan Proposal dan Skripsi*, Jakarta: Surat Keputusan Rektor Institut Ilmu Al-Qur’an (IIQ) Jakarta, 2017.
- Syabatah, Husain, *“Asuransi dalam Prespektif Syariah”*, Cet, II Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2006.
- Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Press, 2004, Cet. Ke-5.
- Wirduyaningsih, *“Bank dan Asuransi Islam di Indonesia”*. Penerbit: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI. Depok. 2007. Al-Iman Zainuddin, Shahih Al-Bukhari

JURNAL

- Abdullah, Junaidi, “*Akad-akad dalam asuransi Syariah*”, Jurnal Journal Of Sharia Economic Law, Vol. 1, No.1, 2018.
- Anik, Muhammad Tho'in, “*Aspek-aspek Syariah dalam Asuransi Syariah*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 01, No. 01, tahun 2015
- Hardi, Eja Armaz Hardi, “*Studi Komparatif Takaful dan Asuransi Konvensional*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 3, No. 2, Tahun 2015
- Huwaida, Hikmayanti, “*Komunikasi Pemasaran Pada PT Asuransi Allianz Life Indonesia Cabang Banjarmasin*”, Banjarmasin: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol I, No. 1 (2017).
- Khasanah, Uswatun Khasanah, “*Asuransi dan Penggadaian Dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Pengembangan Masyarakat, Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Vol. 7, No. 1, Tahun 2014
- Marlina, Gusti Yosi Andri, Annisarahmah Utami Susanto, Tina, “*Akibat Hukum Perjanjian Keagenan Pada PT Asuransi Allianz Life Indonesia*”, Cirebon: Jurnal Ilmiah Fakultas Hukum, Vol 14, No. 2 (2023).
- Mujib, Abdul, “*Dewan Pengawas Syariah (DPS) pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah di Wilayah Jawa Tengah*”, Jurnal Az Zarqa, Yogyakarta, Vol.9, No.1, Juni 2017.
- Monthe, Adhitya Roza, Marabona, “*Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Takaful Link Salam Cendekia PT Asuransi Takaful Keluarga Kantor Cabang Lancang Kuning Agency Pekanbaru*”, Jurnal Al-Amwal Vol. 7, No. 2, Tahun 2018

- Nasution, Marianti Meha, Muhammad Ramadhan, Juliana, “*Hubungan Persepsi dan Preferensi Atas bagi Hasil Pembiayaan Mudarabah Musytarakah terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah*”, *Jurnal Of Management Business*, Vol. 2 No. 1, 2023.
- Oktayani, Dewi, “*Konsep Tolong-menolong Dalam Asuransi Syariah*”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, Vol. 7, No. 1, 2017.
- Ramadhan, Taufiq, “*Akad-akad dalam Asuransi Syariah*”, *Jurnal Sharian and Humanities*, Vol. 1 No. 1, Tahun 2022
- Rafsanjani, Haqiqi “*Analisis Praktik Riba Garar Maysir pada Asuransi Konvensional dan Solusi Dari Asuransi Syariah*”, *Jurnal Studi Hukum Islam*, Vol 11, No 1, (2022)
- R. D, Andriani, A., Ramadhani, S., & Harahap, “*Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra Plus Dalam Kajian Asuransi Syariah*”. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 2022
- Ridwan, Ahmad Ajit, “*Asuransi Perspektif Hukum Islam*”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, 2016
- Rosidah, Nur Hiadayari, “*Asuransi Konvensional dan Asuransi Syariah: Perbedaan Dalam Lingkup Akutansi*”, *Jurnal Mahasiswa Unervesitas Negeri Surabaya*, Vol. 3, No. 2, 2010
- Salam, Teguh Suropto, Abdullah, “*Analisa Penerapan Prinsip Syariah Dalam Asuransi*”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 7, No. 2, 2017
- Triyanto, Edi Hariyadi, “*Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah*”, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 5, No. 1, 2017.
- Wawan, Agus, dkk, “*Kedudukan Agen Asuransi di Era Digital Dalam Menawarkan Produk Asuransi*”, *Jurnal Kertha Semaya*, Vol. 8 No. 3 Tahun 2020, Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2020.

Winarno, Slamer Heri, “*Analisis Perbandingan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional*”, Jurnal Akutansi dan Keungan, Vol.2 No. 1, 2015

SKRIPSI, TESIS DAN DISERTASI

Hakim, Irfanul, “*Analisis Strategi Pemasaran PT AJB Bumiputera 1912 Dalam Menghadapi Persaingan Industri Asuransi Syariah (Studi Pada PT AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang)*”, Skripsi, Banten: Unervesitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanudin, 2018.

Hidayanti, Sahrine Fhan, “*Strategi Pemasaran Agen dalam mencakup Target Penjualan Pada Produk Asuransi Prudential (Studi Pada PT Prudential Jl. H. Adam Malik No. 26 Medan)*”, Skripsi, Sumatra Utara: Unervesitas Islam Negeri, 2021.

Munadar, Fakhrol, “*Sistem Fee Agen dalam Penjualan Rumah Real Estate pada PT. Hadrah Aceh Pratama dalam Perspektif Akad Jialah*”, (Skripsi), Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, Banda Aceh, 2019

Nurjannah, Ipih, “*Strategi Pemasaran Produk Fulnadi Asuransi Syariah Pada PT Takaful Keluarga Cabang Banjarmasin*”, Skripsi, Banjarmasin: Unervesitas Islam Negeri Antasari, 2018.

Purnadi, Risma, “*Pengaruh Penerapan Syariah, Marketing Value Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Asuransi Kecelakaan Diri Takaful Umum*”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten, Serang, 2018.

Sari, Selvi Wibriana, “*Tanggungjawab Perusahaan Asuransi dalam Kegiatan Pemasaran Produk Asuransi Unit Link melalui Agen*”, Tesis, Surabaya:Unervesitas Airlangga, 2020.

Sasaah, Aulia Bakhtiar, “*Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Direct Selling Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus di PT, Takaful Keluarga Kanto Kota Serang Banten)*”, Skripsi, Banten, Unervesitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin, 2021.

SITUS RESMI

Dzulfikar, “Agen Asuransi: Pengertian Tugas Komisi dan Cara Mendaftar”, <https://lifepal.co.id/media/agen-asuransi/>, Diakses Pada 27 April 2024 Pukul 12:04 WIB.

KBBI Daring, Syariah, <https://kbbi.lektur.id/syariat>, Diakses Pada 27 April 2024 Pukul 11:52 WIB.

Kurnia, Riza Dian, “*Hukum Asuransi Dalam Islam Sesuai Fatwa MUI & Al-Qur’an*”, <https://www.goala.app/id/blog/perindungan-diri/hukum-asuransi-dalam-islam/>, Diakses Pada 29 April 2024 Pukul 11:49 WIB.

Pratama, Wibi Pangestu, “*OJK: “Perusahaan Asuransi Harus Ganti Kerugian Nasabah Jika ...”*”, <https://finansial.bisnis.com/read/20210419/215/1383125/ojk-perusahaan-asuransi-harus-ganti-kerugian-nasabah-jika>, Diakses Pada 24 Mei 2024, Pukul 20:36 WIB.

Puteri, Alfi Salima, <https://finance.wartaekonomi.co.id/read28573/buntut-pemalsuan-polis-oleh-agen-ojk-minta-msig-life-tinjau-tata-kelola-pemasaran-asuransi>, Diakses pada 6 juni 2024, Pukul 11:26 WIB

Puspadini, Mentari, “*CNBC Indonesia, Jreng 3 Agen Asuransi Nakal Muncul, Korban Berjatuhan*”, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230523102604-17-439712/jreng-3-kasus-agen-asuransi-nakal-muncul-korban->

- berjatuhannya<https://www.cnbcindonesia.com/market/20230523102604-17-439712/jreng-3-kasus-agen-asuransi-nakal-muncul-korban-berjatuhannya>, Diakses Pada 8 Juni 2024, Pukul 21:17 WIB
- Situs Resmi PT Asuransi Takaful Keluarga, <https://takaful.co.id/profil-perusahaan/> (Diakses Pada 22 Juli 2024, Pukul 22:00 WIB).
- Situs Resmi Prudential, <https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/perbedaan-asuransi-syariah-dan-konvensional/>, Diakses Pada 27 April 2024, Pukul 11:29 WIB.
- Situs Resmi Otoritas Jasa Keuangan, “*Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian*”, <https://www.prudential.co.id/id/pulse/article/perbedaan-asuransi-syariah-dan-konvensional/>, Diakses Pada 27 April 2024, Pukul 11:38 WIB.
- Sofian, Ahmad, “*Tindak Pidana Asuransi: Studi Kasus Prudential*”, <https://business-law.binus.ac.id/2022/02/17/tindak-pidana-asuransi-studi-kasus-prudential/>, Diakses Pada 6 Juni 2024, Pukul 2024 WIB
- Meilanova, Denis Riantiza, “*Perkumpulan Agen Asuransi Buka Suara Soal Aduan Mis-Selling Unit Link*”, <https://finansial.bisnis.com/read/20211007/215/1451815/perkumpulan-agen-asuransi-buka-suara-soal-aduan-mis-selling-unit-link>, Diakses Pada 24 April 2024, Pukul 09:15 WIB.
- Mumpuni, Melvin, “*Lima Ciri Agen Asuransi Jiwa yang Bakal Merugikan Klien*”, *Finansialku.com/ konten/2014/02/27/ Agen-Asuransi-Jiwa*, <https://www.finansialku.com/asuransi/agen-asuransi-jiwa/>, diakses pada 11 maret 2024, Pukul 20.00 WIB.
- Wareza, Monica “*Kronologi Nasabah Prudential Rugi Rp 6M, Nginep di Kantor*”, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220121102502->

17-309293/kronologi-nasabah-prudential-rugi-rp-6-m-nginep-di-kantor, Diakses Pada 25 Mei 2024, Pukul 12:58 WIB

FATWA

Indonesia, Fatwa Tentang Pemasaran Produk Asuransi Berdasarkan Prinsip Syariah, <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/>, Pukul 10:20 WIB.

Ketentuan Umum Asuransi Syariah, Fatwa DSN-MUI Nomor 21/DSN-MUI/X/2001, <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/14/>, Diakses Pada 14 Agustus 2024, Pukul 00:21 WIB

WAWANCARA

Wawancara dengan pihak sales manager di PT Asuransi Takaful Keluarga, Suhardy, Jakarta Selatan 22 Juli 2024.

Wawancara dengan pihak Agency di PT Asuransi Takaful Keluarga, Fajrin, Jakarta Selatan, 3 Agustus 2024.

Wawancara dengan pihak Agency di PT Asuransi Takaful Keluarga, Lisni, Jakarta Selatan 3 Agustus 2024.

Hasil Pengecekan Plagiarisme



PERPUSTAKAAN
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IQ) JAKARTA
Jl. Ir. H. Juanda No.70, Tangerang Selatan Banten 15419 Telp. (021) 74705154 Fax. (021) 7402 703
Email : ijq@iq.ac.id Website : www.iq.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIARISME

Nomer : 020/Perp.IQ/SYA.HES/VIII/2024

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Seandy Irawan
Jabatan : Perpustakaan

NIM	20111022	
Nama Lengkap	AMINATUZZUHRIYAH	
Prodi	HES	
Judul Skripsi	PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DAN KESESUAIANNYA DENGAN FATWA DSN-MUI NOMOR 139/DSN-MUI/VIII/2021 TENTANG PEMASARAN PRODUK ASURANSI BERDASARKAN PRINSIP SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)	
Dosen Pembimbing	KHOIRUN NISA, M.Ag.	
Aplikasi	Turnitin	
Hasil Cek Plagiarisme (yang diisi oleh staf perpustakaan untuk melakukan cek plagiarisemen)	Cek. 1. 19%	Tanggal Cek 1: 24 Agustus 2024
	Cek. 2.	Tanggal Cek 2:
	Cek. 3.	Tanggal Cek 3:
	Cek. 4.	Tanggal Cek 4:
	Cek. 5.	Tanggal Cek 5:

Sesuai dengan ketentuan Kebijakan Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta Nomor: 03/A.1/IQ/1/2021 yang menyatakan batas maksimum similarity skripsi mahasiswa sebesar **35%**, maka hasil skripsi di atas dinyatakan **bebas** plagiarisme.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 24 Agustus 2024

Petug


Seandy



AMINATUZZUHRIYAH HES

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.shariaknowledgecentre.id Internet Source	7%
2	repository.iiq.ac.id Internet Source	4%
3	jurnal.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
4	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	1%
8	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
9	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%

10 Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung 1%
Student Paper

11 etheses.uingusdur.ac.id 1%
Internet Source

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%

RIWAYAT HIDUP



Aminatuzzuhriyah, lahir di sumenep merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, penulis mulai menempuh pendidikan pertama umur 4-5 tahun di TK Dharma Wanita di Kalianget Timur, selanjutnya melanjutkan di SDN Kalianget timur dua, kemudian melanjutkan Pendidikan sekolah menengah pertama di SMPN dua Kalianget Timur, selanjutnya penulis melanjutkan Pendidikan di SMK Kesehatan Mulia Husada di sumenep bidang farmasi dan langsung melanjutkan Pendidikan di Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta mengambil jurusan Hukum Ekonomi syariah.

Dengan dukungan penuh dari keluarga serta tekad dan usaha yang keras, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan hasil yang baik. Diharapkan, penyelesaian skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, serta menjadi pengalaman belajar yang berharga di Institut Ilmu Al- Qur'an (IIQ) Jakarta.