

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kehidupan kita sebagai umat manusia di dunia ini pada dasarnya telah diatur oleh Allah SWT, begitu juga dengan musibah yang menimpa setiap manusia. Apapun yang telah dikehendaki oleh Allah SWT tidak bisa dihindari atau ditolak, musibah yang di alami oleh manusia bermacam-macam, mulai dari risiko kecelakaan, kesehatan, kehilangan atau kerusakan harta benda dan lain sebagainya yang merugikan secara finansial. Risiko tersebut bisa menimpa kepada siapa saja, baik perorangan maupun badan usaha sewaktu-waktu, namun tidak tahu kapan pastinya hal tersebut akan terjadi, maka dari itu salah satu upaya untuk mengatasi ketidakpastian kejadian tersebut antara lain adalah dengan melimpahkan kepada pihak eksternal atau kepada badan usaha. Suatu lembaga yang menjamin suatu peristiwa yang tidak pasti dan tidak diinginkan tersebut adalah lembaga asuransi.

Pengetahuan masyarakat mengenai asuransi khususnya asuransi syariah sangatlah minim. Maka dari itu disinilah diperlukan peran dari seorang agen untuk meningkatkan pemahaman tentang asuransi syariah. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014, bahwa agen asuransi merupakan orang yang bekerja sendiri atau dengan badan usaha, yang bertindak untuk maupun atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dengan melengkapi persyaratan untuk

mewakili sebuah Perusahaan Asuransi Konvensional maupun Perusahaan Asuransi Syariah.

Asuransi Syariah sendiri merupakan kumpulan kontrak, yang terdiri dari perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis, dalam rangka pengelolaan kontribusi membantu satu sama lain sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Agen asuransi juga berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai asuransi syariah. Memang dalam Al-Qur'an dan Hadist tidak terdapat ayat yang menjelaskan secara detail mengenai asuransi syariah, tetapi terdapat ayat maupun hadist yang menjelaskan mengenai nilai-nilai dasar dari asuransi syariah. Seperti dalam suatu hadist di jelaskan:

عَنْ أَبِي مُوسَى قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ الْأَشْعَرِيَّيْنَ إِذَا أَرْمَلُوا فِي
الْغَزْوِ ، أَوْ قَلَّ طَعَامُ عِيَالِهِمْ بِالْمَدِينَةِ ، جَمَعُوا مَا كَانَ عِنْدَهُمْ فِي ثَوْبٍ وَاحِدٍ ، ثُمَّ اقْتَسَمُوهُ بَيْنَهُمْ
فِي إِنَاءٍ وَاحِدٍ بِالسَّوِيَّةِ ، فَهُمْ مِنِّي وَأَنَا مِنْهُمْ (أَخْرَجَهُ الْبُخَارِيُّ عَنْ أَبِي كُرَيْبٍ ، عَنْ أَبِي أُسَامَةَ .
وَأَخْرَجَهُ مُسْلِمٌ عَنْ ابْنِ بَرَادٍ وَأَبِي كُرَيْبٍ ، عَنْ أَبِي أُسَامَةَ)

Dari Abu Musa r.a. dia berkata. Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya Marga Asy'ari (Asy'ariyin) ketika keluarganya ada yang menjadi janda karena ditinggal suami (yang meninggal) di peperangan, ataupun ada keluarganya mengalami kekurangan makanan, maka mereka mengumpulkan apa yang mereka miliki dalam satu kumpulan. Kemudian dibagi diantara mereka secara merata. Mereka adalah bagian dari kami dan kami adalah bagian dari mereka."(HR. Bukhari).

Hadits ini membuktikan bahwa Hukum Islam benar-benar memperhatikan kehidupan umatnya yang akan datang dengan mempersiapkan sejak dini bekal yang

diperlukan untuk kehidupan yang akan datang. Sama halnya dengan segala musibah yang tidak tahu kapan akan terjadi. Hal tersebut juga sesuai dengan pelaksanaan operasional asuransi, organisasi atau perusahaan asuransi mempraktekkan nilai yang terdapat dalam hadits di atas dengan cara mengharuskan para anggotanya untuk membayar uang premi yang dapat digunakan sebagai tabungan dan dapat dikembalikan kepada pemegang polisnya jika pada suatu saat terjadi sebuah peristiwa yang tidak terduga sehingga menimbulkan kerugian, baik musibah kecil hingga besar.

Menurut KBBI pemahaman berasal dari kata paham yang artinya adalah mengerti atau tahu, sedangkan pemahaman itu sendiri adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemahaman merupakan proses atau suatu cara yang bertujuan untuk membuat seseorang mengerti atau tahu tentang suatu hal. Pemahaman tidak hanya sekedar mengetahui, melainkan juga menghendaki agar subjek belajar dapat memanfaatkan bahan-bahan yang dipahami.

Menurut Hendrianto & Misdalepa (2017) pemasaran (marketing) merupakan salah satu dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh individu atau suatu perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan agar produk yang di produksi tetap menjadi minati oleh para konsumen. Kegiatan pemasaran sendiri akan dapat berjalan lancar dan efektif jika mempunyai strategi yang telah direncanakan sebelumnya sehingga tujuan pemasaran dari perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya dapat tercapai. Peran pemasaran tidak semata-mata menyampaikan produk atau jasa yang dipasarkan, tetapi juga bagaimana caranya agar produk maupun jasa yang ditawarkan

dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen serta menghasilkan laba bagi perusahaan. Perusahaan asuransi tentunya harus memiliki strategi tersendiri dalam memasarkan produk asuransinya. Strategi tersebut bertujuan sebagai senjata dalam persaingan dengan perusahaan asuransi lainnya. Dengan strategi yang baik dan tepat, maka produk asuransi yang dipasarkan akan mudah diterima oleh masyarakat.

Tabel 1.1
DATA PERKEMBANGAN JUMLAH INDUSTRI DAN UNIT USAHA
SYARIAH TAHUN 2016-2020

Data Perkembangan Industri Asuransi Syariah (Unit) di Indonesia						
Tahun	Asuransi Jiwa Syariah	Jiwa Syariah (Unit Syariah)	Umum Syariah	Umum Syariah (Unit Syariah)	Reasuransi Syariah	Reasuransi Syariah (Unit Syariah)
2016	6	21	4	24	1	2
2017	7	23	5	25	1	2
2018	7	23	5	24	1	2
2019	7	23	5	24	1	2
2020	7	23	5	21	1	3

Sumber: IKNB Syariah (OJK)

Berdasarkan tabel 1.1 perkembangan industri dan unit usaha asuransi syariah di atas dalam 5 tahun terakhir, jumlah industri dan unit usaha asuransi syariah di Indonesia pada tahun 2016 masih di angka 11 untuk jumlah industri syariah dan 47 untuk jumlah unit usaha syariah, kemudian untuk tahun 2017 mengalami peningkatan menjadi 13 untuk industri syariah dan 50 untuk unit usaha syariah. Pada 2018 dan 2019 sama yaitu menjadi 13 industri asuransi syariah serta 49 unit usaha asuransi syariah. Pada tahun 2020 mengalami penurunan unit usaha dari 49 pada tahun sebelumnya menjadi 47. Berdasarkan data dari IKNB Syariah asset asuransi syariah juga

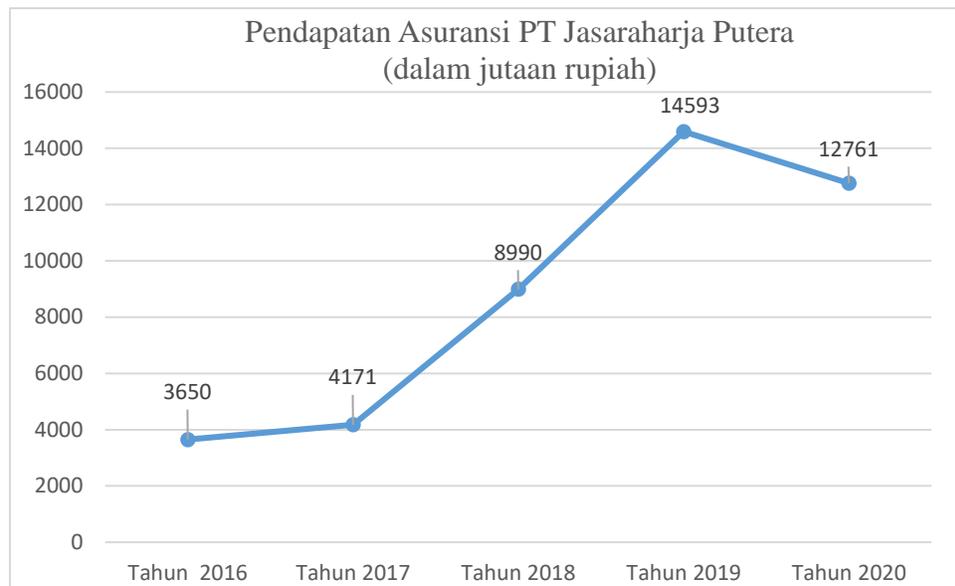
mengalami pertumbuhan pada tahun 2018 dan 2019, namun mengalami penurunan pada tahun 2020.

PT Jasaraharja Putera merupakan asuransi umum yang merupakan anak perusahaan dari PT Jasa Raharaja (Persero) dan memiliki Unit Syariah. Unit Syariah merupakan unit kerja di Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Reasuransi yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor di luar kantor pusat yang menjalankan usaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. PT Jasaraharja Putera juga telah mempersiapkan solusi untuk kebutuhan jasa asuransi kerugian serta *Surety Bond (Suretyship)* yang telah dikemas dalam JP-BONDING. Dalam industri asuransi Indonesia juga dikenal sebagai pelopor *Surety Bond* atau sebuah produk keuangan untuk mendukung kelancaran proyek. Tidak hanya itu melainkan juga banyak tersedia produk unggulan dari PT Jasaraharja Putera, termasuk JP-ASTOR (Asuransi Kendaraan Bermotor), JP-GRAHA (Asuransi Kebakaran), JP-ASPRI (Asuransi Kecelakaan Pribadi), Asuransi Pengangkutan, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Rekayasa yang seluruhnya terus dikembangkan sejalan dengan tekad Perusahaan untuk menjadi *one-stop insurance service company*. (www.jrp.co.id)

Sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor KEP-185/KM.10/2012 tanggal 23 April 2012. PT Jasaraharja Putera mendapatkan izin untuk melakukan bisnis unit syariah. Dengan telah diterbitkannya izin usaha unit syariah PT Jasaraharja Putera atau bisa dikenal dengan JP-Insurance tidak hanya memberikan pelayanan asuransi berbasis konvensional, tetapi juga dapat memberikan alternatif bagi konsumen yang menggunakan produk serta layanan asuransi berbasis syariah. PT

Jasaraharja Putera Unit Syariah telah menyediakan berbagai macam produk berbasis Syariah antara lain JP-Astor Syariah, JP-Aspri Syariah, JP-Graha Syariah, CAR Syariah, IAR Syariah, PAR Syariah, Asuransi Gempa Bumi Syariah, dan Asuransi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) Syariah. (www.jrp.co.id)

P.T Jasaraharja Putera saat ini memiliki 27 Kantor Cabang dan 86 Kantor Pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia yang menyediakan solusi terkait kebutuhan jasa asuransi kerugian dan *Surety Bond (Suretyship)* yang dikemas sebagai JP-BONDING. Salah satu kantor pemasaran dari P.T Jasaraharja Putera adalah Kantor Pemasaran Sidoarjo. Per tanggal 8 oktober 2014 P.T Jasaraharja Putera memperluas jaringan distribusinya dengan membuka Kantor Pemasaran Tingkat II yang ada di Sidoarjo. Pemilihan Kota Sidoarjo dikarenakan Sidoarjo merupakan salah satu kota yang strategis. Sektor industri di Sidoarjo beberapa tahun belakang mengalami perkembangan yang lumayan pesat karena lokasinya yang dekat dengan pusat bisnis Provinsi Jawa Timur (Kota Surabaya), selain itu juga dekat dengan Pelabuhan Tanjung Perak serta Bandar Udara Juanda, mempunyai sumber daya manusia yang produktif serta kondisi sosial politik dan keamanan yang relatif lebih stabil sehingga dapat lebih menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di Kota Sidoarjo.



Sumber : Laporan tahunan jasaraharja putera syariah

Gambar 1.1
PENDAPATAN ASURANSI SYARIAH PT JASARAHARJA
PUTERA

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas, PT Jasaraharja Putera dalam 4 tahun terakhir mengalami kenaikan mulai dari tahun 2016 pada angka Rp 3.65 Miliar, menjadi Rp 4.17 Miliar pada tahun 2017. Kenaikan terus terjadi pada tahun 2018 menjadi Rp 8.99 Miliar. Kemudian pada tahun 2019 pendapatan asuransi meningkat sebesar Rp 5.60 Miliar. Sehingga pendapatan pada tahun 2019 sebesar Rp 14.59 Miliar. Tetapi pada tahun berikutnya PT Jasaraharja Putera mengalami penurunan pendapatan sebanyak Rp 1.831 Miliar sehingga pendapatan pada tahun 2020 menjadi Rp 12.761 Miliar.

Peneliti menggunakan judul “Peran Agen Pemasar Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Pemasaran Produk Asuransi Syariah Di PT Jasaraharja Putera Kantor Pemasaran Sidoarjo”, dikarena peneliti ingin mengetahui bagaimana pemahaman agen

pemasar terkait produk asuransi syariah serta bagaimana cara agen pemasar dalam memasarkan produk asuransi syariah. Karena minat dari asuransi syariah di Indonesia sendiri masih kurang daripada asuransi konvensional, padahal Indonesia adalah negara yang mayoritas masyarakatnya adalah umat Islam. Selain itu peneliti juga ingin mengetahui cara pemasaran yang baik dan benar agar masyarakat banyak yang paham dan tertarik dengan asuransi syariah serta menggunakan produk asuransi syariah.

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka fokus penelitian pada penelitian yang akan dilakukan adalah:

1. Bagaimana peran agen pemasar dalam meningkatkan pemahaman nasabah mengenai asuransi syariah?
2. Bagaimana peran agen pemasar dalam meningkatkan pemasaran asuransi syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, penelitian memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peran agen pemasar dalam meningkatkan pemahaman nasabah tentang asuransi syariah.
2. Untuk mengetahui peran agen dalam meningkatkan pemasaran asuransi syariah P.T Jasaharja Putera Kantor Pemasaran Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan tercapai tujuan penelitian yang dilakukan, maka diharapkan hasil penelitian ini akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam menggunakan produk asuransi syariah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam lebih mendorong produk asuransi syariah, mengingat produk syariah juga memiliki potensi yang besar.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi agen pemasar dalam menentukan strategi *marketing* pada masa mendatang.

1.5. Sistematika Penulisan

Demi mempermudah pengerjaan penelitian secara garis besar mengenai upaya agen dalam meningkatkan pemahaman dan pemasaran yang akan menjadi isi dari penulisan ini maka dijabarkan susunan dan rangkaian pada masing-masing bab sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang menjadi dasar pemilihan judul penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian dilakukan

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang beberapa teori-teori penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai landasan serta pemahaman yang jelas terhadap penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rancangan yang diteliti, batasan terhadap penelitian, daftar pertanyaan untuk informan, teknik pengambilan sampel dan metode untuk analisis data yang telah ada.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN & ANALISIS DATA

Pada bab ini, diuraikan tentang gambaran subyek penelitian serta deskripsi hasil penelitian dan pembahasan menganalisis data yang diperoleh.

BAB V : KESIMPULAN & PENUTUP

Dan pada bab ini menjelaskan terkait kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian, keterbatasan selama pelaksanaan penelitian serta saran-saran untuk peneliti selanjutnya