

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Asuransi Syariah Di AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan

¹Dita Aprilia, ²Rahmi Syahriza

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, apriadi416@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, rahmi.syahriza@uinsu.ac.id

Abstract

The movement of Islamic insurance growth as one of an Islamic finance instruments is not as fast as the growth of Islamic banking. Nevertheless, it shows a significance growth whether in the world or Indonesia. In the debate over the legal status of insurance, the insurance based on mutual help and free of ribâ can be an alternative for those who want a lawful economic transactions. The increasing public appreciation of the Islamic economic system allows the growth of Islamic insurance in the future rapidly.

Keywords: Islamic Insurance, Conventional Insurance, Gharâr, Jahâlah, Transactions.

Pendahuluan

Asuransi atau assurance (Belanda) atau insurance (Inggris) mengandung arti menanggung suatu kerugian yang terjadi. Sementara dalam bahasa Arab, asuransi terambil dari kata أمن, yang berarti aman, yaitu berkenaan dengan ketenangan jiwa dan meniadakan rasa takut. Muhammad Sayyid al-Dasûkî mengartikan asuransi sebagai transaksi yang mewajibkan kepada pihak tertanggung untuk menunaikan kewajiban-kewajibannya berupa jumlah uang kepada pihak penanggung, dan akan menggantikannya manakala terjadi peristiwa kerugian yang menimpa si tertanggung.

Sedangkan di Indonesia, menurut Undang-Undang No. 1 Tahun 1992, asuransi diartikan sebagai perjanjian antara dua pihak atau lebih, di mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggung kan.

Sementara menurut DSN bahwa yang dimaksud dengan asuransi syariah (ta'mîn, takâful atau tadhâmun) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.

Pada mulanya, asuransi didirikan sebagai upaya untuk saling melindungi dan menolong di antara para pihak dalam rangka menghadapi kemungkinan yang akan terjadi yang tidak mungkin dapat ditanggung sendiri. Kemungkinan terburuk dapat saja terjadi, dan karena itu perlu mempersiapkan diri untuk menghadapinya. Persiapan itu dapat dilakukan oleh diri sendiri atau berkelompok dalam bentuk asuransi atau perkongsian untuk saling menanggung.

Kini asuransi lebih dekat pada nilai bisnisnya. Sebagai perusahaan, baik asuransi konvensional maupun asuransi syariah, sama-sama merupakan lembaga bisnis, yang artinya memiliki tujuan yang sama yaitu mencari keuntungan. Keduanya, dengan pembagai cara dan

metode, berupaya mencari sebanyak-banyaknya orang agar menjadi nasabah mereka.

Dari pengertian di atas, sebenarnya perbedaan utama dari asuransi syariah dan konvensional terletak pada tujuan dan landasan operasional. Dari sisi tujuan, asuransi syariah bertujuan saling menolong (ta'âwunî) sedangkan dalam asuransi konvensional tujuannya penggantian (tabâdulî). Dari aspek landasan operasional, asuransi konvensional melandaskan pada peraturan perundangan, sementara asuransi syariah melandaskan pada peraturan perundangan dan ketentuan syariah.

Dari kedua perbedaan ini muncul perbedaan lainnya, mengenai hubungan perusahaan dan nasabah, keuntungan, memperhatikan larangan syariah, dan pengawasan. Berkaitan dengan hubungan perusahaan-nasabah, ini terkait dengan masalah kontrak (akad), di mana dalam asuransi syariah perusahaan adalah pemegang amanah (wakîl), sementara dalam asuransi konvensional perusahaan adalah pemilik dana asuransi. Karena itu, keuntungan asuransi syariah adalah sebagiannya milik nasabah, sedangkan keuntungan asuransi konvensional seluruhnya menjadi milik perusahaan.

Dalam hal ketentuan syariah, asuransi syariah dibatasi dalam kegiatannya oleh larangan-larangan syariah, di antaranya larangan mempraktikkan riba dalam bentuk apapun, menghindarkan praktik perjudian, ketidakpastian, dan ketidakjelasan (maysir, gharar, jahâlah), dan berinvestasi dalam bidang yang halal. Selain itu, dalam konteks Indonesia, asuransi syariah wajib memiliki dewan pengawas syariah yang bertugas mengawasi kesesuaian praktik perusahaan asuransi dengan ketentuan syariah.

Namun demikian, ulama berbeda pendapat mengenai status hukum dari asuransi, baik asuransi syariah maupun asuransi konvensional. Berikut dipaparkan perbedaan pendapat ulama tentang hukum dari asuransi. Pertama, asuransi konvensional. Ulama menanggapi berbeda mengenai status hukum dari kegiatan asuransi konvensional, ada yang membolehkan dan ada yang melarang. Adapun ulama yang membolehkan di antaranya: Syaykh 'Abd al-Rahmân 'Isâ dan Syaykh Muhammad al-Bâhî, guru besar Universitas Al-Azhar, Syaykh Muhammad Yûsuf, guru besar Universitas Kairo, Syaykh 'Abd al-Wahhâb Khallâf, guru besar hukum Islam Universitas Kairo, Bahjah Hilmî, penasihat Pengadilan Tinggi Mesir, Syaykh Muhammad Dasûkî, Syaykh Muhammad Najâtullâh Shiddiqî, dosen Universitas King Abdul Aziz, Syaykh Muhammad Ahmad, pakar ekonomi dari Pakistan, Syaykh Muhammad al-Madhânî, dan Syaykh Musthafâ Ahmad al-Zarqâ, guru besar Universitas Syiria.

Para ulama di atas umumnya beranggapan bahwa asuransi adalah kreasi praktik baru, yang sebelumnya tidak ditemukan dengan tujuan untuk saling tolong-menolong. Asuransi merupakan bentuk perkongsian (koperasi) yang dibenarkan dalam Islam, selama tidak mempraktikkan riba. Bahkan, Syaykh Muhammad al-Bâhî, dalam bukunya, *Nizhâm al-Ta'mîn fi Hâdzihî Ahkâm al-Islâm wa Dharûrat al-Mujtama' al-Mu'âshir*, beralasan tentang kehalalan asuransi sebagai berikut: Pertama, asuransi merupakan suatu usaha yang bersifat tolong-menolong. Kedua, asuransi mirip dengan akad mudhârabah dan untuk mengembangkan harta benda. Ketiga, asuransi tidak mengandung unsur riba. Keempat, asuransi tidak mengandung tipu daya. Kelima, asuransi tidak mengurangi tawakal kepada Allah Swt. Keenam, asuransi suatu usaha untuk menjamin anggoutanya yang jatuh melarat karena suatu musibah. Ketujuh, asuransi memperluas lapangan kerja.

Kehalalan asuransi, menurut Syaykh Muhammad Dasûkî, didasarkan atas pertimbangan agama pula. Menurutnya, kehalalan itu dikarenakan beberapa sebab. Pertama, asuransi sama dengan syirkah mudhârabah; Kedua, asuransi sama dengan akad kafâlah atau syirkah 'inan; Ketiga, pelaksanaan asuransi dapat didasarkan atas firman Allah dalam surah al-An'am [6]: 82 yang menjelaskan bahwa orang-orang yang beriman dan tidak mencampuradukkan iman mereka

dengan kezaliman (syirik), mereka itulah yang mendapat keamanan dan mereka itu adalah orang-orang yang mendapat petunjuk. Ulama lain yang melarang adalah Syaykh Muhammad Bakhit al-Muthîî (1854-1935), seorang mufti Mesir. Menurut dia, asuransi adakalanya menggunakan akad kafalah atau ta'addi/itlâf. Pada akad kafalah, pertanggunggaan akan diganti barang yang hilang/rusak atau sehargaanya. Sementara dalam asuransi tidak terjadi semacam itu. Pendapat ini didasarkan pada firman Allah dalam Q.s. Yûsuf [12]: 72:

Metode Penelitian

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (Field research), yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara teratur dengan menaikkan data yang ada dilapangan. Penelitian dilapangan dimaksud untuk mengungkapkan data lapangan, adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data tentang pemasaran kaitanya dengan strategi pemasaran dan penjualan produk pada PT. Asuransi Syariah Bumi Putera dalam upaya menaikkan penjualan produk. Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif yaitu penelitian berupayamenghimpun, mengolah dan menganalisis data secara kualitatif. Maksudnya melakukan sesuatu pendekatan investigasi, peneliti mengumpulkan data dengan cara bertemu langsung dengan orang-orang ditempat yang akan diteliti. Dalam penelitian ini penulis bermaksud menjelaskan tentang manajemen pemasaran hubungannya dengan strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Asuransi Syariah Bumi Putera cabang medan dengan mengangkat data yang ada dilapangan.

Landasan Teori

Penyeru-penyeru itu berkata, "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya". (Q.s. Yûsuf [12]: 72)

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعِ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ
بِهِ حِمْلٌ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Syaykh Muhammad al-Ghazâlî memerinci sebab-sebab keharaman dari asuransi konvensional. Pertama, apabila waktu perjanjian telah habis, maka uang premi dikembalikan kepada terjamin dengan disertai bunganya dan ini riba. Apabila jangka waktu yang tersebut di dalam polis belum habis dan perjanjian diputuskan, maka uang premi dikembalikan dengan dikurangi biaya-biaya administrasi. Muamalah semacam ini tidak sesuai dengan syariat Islam. Kedua, ganti kerugian yang diberikan kepada terjamin pada waktu terjadinya peristiwa yang disebutkan dalam polis, tidak dibenarkan Islam. Karena, orang-orang yang mengerjakan asuransi bukan syarikat di dalam untung dan rugi, sedangkan orang-orang lain ikut memberikan sahamnya dalam uang yang diberikan kepada terjamin. Ketiga, asuransi menjalankan usahanya dengan sistem riba. Keempat, perusahaan asuransi menjalankan kinerjanya dengan sistem lotre, hanya sedikit pihak yang mendapat manfaat. Kelima, kegiatan asuransi merupakan kegiatan yang mengarahkan pada dosa.

Ulama-ulama lain, seperti Muhammad Yûsuf Qaradhawî, Syaykh Abû Zahrah, Muhammad Muslehuddin, Syaykh Wahbah al-Zuhailî, Husain Hâmid, mengharamkan asuransi karena adanya praktik riba, gharar, dan perjudian. Begitu juga dengan ulama Indonesia seperti Ali Yafie, mengharamkannya karena tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Kemudian perhimpunan ulama fikih (Majma' al-Fiqh al-Islami), pada kongresnya tanggal 10 Sya'ban tahun 1398 H telah bersepakat mengharamkan asuransi konvensional dengan alasan: Pertama, asuransi mengandung gharar; Kedua, asuransi mempraktikkan riba; Ketiga, mengandung permainan lotre; Keempat, mengakibatkan memakan harta orang lain secara tidak sah.

Analisa dan Pembahasan

Kedua, asuransi syariah. Ulama dan umat Islam sepakat atas kehalalan asuransi syariah. Pendapat ini didasarkan atas kesepakatan Mukhtamar Ulama Muslim Ke-II pada tahun 1960, Mukhtamar Ulama Muslim Ke-VII tahun 1392 H, dan Pertemuan Ulama Fikih tahun 1938 H.

Kehalalan asuransi didasarkan pada pertimbangan praktiknya menjauhi dari sistem riba, gharar, jahalah, dan qimâr. Asuransi syariah menggunakan sistem persekutuan dan pertolongan (syirkah wa ta'awuniyyah). Praktik ini dibenarkan menurut agama, bahkan didorong untuk saling menolong dalam takwa dan kebaikan. Faktor Internal yang Dapat Mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan dari hasil penelitian dan wawancara yang penulis dapatkan, mengenai faktor internal yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan, diantaranya yaitu:

Agen Asuransi

Ada hal yang cukup krusial dalam asuransi, yaitu kemampuan agen perusahaan asuransi dalam menjelaskan produk asuransi dengan baik dan jelas. Sebab tidak mustahil bisa terjadi salah komunikasi dan kesalah pahaman antar tenaga penjual dengan calon nasabah. Salah satu jalan yang harus ditempuh perusahaan asuransi untuk menghindari kesalahan komunikasi dan kesalahpahaman antar tenaga penjual dengan calon nasabah adalah meningkatkan profesionalisme agen penjualnya. Agen asuransi dapat disebut sebagai ujung tombak pemasaran asuransi, dalam memutuskan penjualan asuransi kepada calon nasabah atau pelanggan mereka mewakili perusahaan asuransi, maka agen yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan bisnis asuransi.

Dalam perusahaan asuransi, pada umumnya seorang agen mempunyai tugas yaitu menawarkan dan menjual produk secara langsung kepada calon nasabah dan memberi informasi selengkaplengkapnyanya. Disamping itu juga, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang agen asuransi dan menjadi tugas-tugas yang harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab, yaitu sebagai berikut:

- a. Menjelaskan kepadamasyarakat tentang pentingnya asuransi dalam kehidupan.
- b. Menjelaskan tentang apa, siapa, dan bagaimana kinerja perusahaan asuransi.
- c. Mendapatkan calon pemegang polis atau nasabah sebanyak-banyaknya.
- d. Memegang kepercayaan, baik oleh perusahaan maupun masyarakat.

Adapun kekurangan menjadi agen asuransi yaitu banyak calon nasabah yang merasa tidak percaya, jika calon nasabah tidak percaya mana bisa produk akan terjual dengan sukses meskipun demikian, banyak cara yang bisa dilakukan sebagai seorang agen asuransi untuk membuat calon nasabah yakin dan percaya dengan profesi agen, yang harus dilakukan oleh agen asuransi salah satunya yaitu bersikap jujur pada nasabah, selain harus jujur masih banyak lagi yang harus dilakukan seorang agen. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan sebagai agen asuransi untuk meyakinkan konsumen yaitu:

Jujur saat menawarkan produk

Jujur merupakan salah satu kunci utama untuk menuju kesuksesan sikap jujur ini harus dimiliki oleh setiap orang, tidak terkecuali para agen asuransi. Agen asuransi sangat penting untuk memiliki sifat jujur ini agar bisa menarik dan meyakinkan konsumen. Jika agen asuransi tidak bersikap jujur pada konsumen, secara tidak langsung agen telah merusak nama baik perusahaan asuransi.

Berpakaian rapi saat bertemu nasabah

Untuk meyakinkan calon nasabah, penampilan dari segi luar harus diperhatikan dengan baik, dikarenakan orang lain akan melihat dari penampilan agen saat pertama kali bertemu. Dengan menggunakan baju yang rapi, bisa saja membuat calon nasabah merasa yakin dengan profesi yang sedang jalani. Karna sebagian besar calon nasabah asuransi biasanya akan memberikan kesan pertama mereka dari segi penampilan yang meyakinkan untuk mengelola keuangan mereka dengan baik, jika agen tidak berpakaian dengan rapi kemungkinan besar calon nasabah asuransi akan berfikir dua kali untuk mempercayakan pengelolaan keuangan mereka kepada agen tersebut, sebagai perwakilan dari perusahaan yang bertemu langsung dengan calon nasabah, agen wajib membuat calon nasabah yakin dengannya, salah satu caranya dengan berpenampilan rapi.

Menguasai produk dengan baik

Sebagai agen asuransi harus memiliki modal untuk bisa berbicara dengan baik pada calon pembeli. Untuk itu, sebagai seorang agen asuransi yang harus dilakukan adalah harus bisa menguasai produk asuransi dengan baik. Agen harus mengetahui dengan jelas mengenai segala manfaat dan juga keuntungan yang akan didapatkan dari produk asuransi yang ditawarkan. Pastikan agen memiliki pengetahuan dan keyakinan yang baik mengenai berbagai macam produk asuransi yang akan dipasarkan nantinya. Dengan demikian agen akan lebih mudah menjelaskan pada calon nasabah untuk membuat agen agar bisa menguasai produk dengan baik, sebaiknya belajar pada agen lain yang khususnya sudah berpengalaman.

Seorang agen asuransi syariah harus memiliki beberapa modal dasar sikap, yaitu:

1. Rasa bertanggung jawab

Tanggung jawab seorang agen asuransi syariah tidak semata-mata hanya kepada klien atau perusahaan yang diwakilinya, tetapi lebih dari itu ia harus dapat mempertanggungjawabkan semua transaksi yang dilakukan kepada Allah Swt.

2. Mandiri

Seorang agen asuransi syariah tidak boleh menggantungkan suatu keberhasilan hanya semata bersumberkan dari referensi, produk ataupun nama besar perusahaan. Keberhasilan seorang agen dipengaruhi oleh faktor diri sendiri, ia memiliki rasa percaya diri meyakini bahwa dirinya mampu dan bisa mandiri.

3. Kreatif

Islam selalu mengajarkan kepada umatnya untuk selalu berkreasi dan berinovasi dalam menciptakan suatu produk atau dalam memberikan pelayanan kepada para konsumennya. Terlebih pada kondisi dunia yang sudah semakin canggihnya teknologi canggih seperti saat ini.

4. Selalu optimis dan tidak mudah putus asa

Agen asuransi syariah di dalam berusaha tidak pernah mengenal kata putus asa, ia akan selalu optimis atas segala upaya dan kerja keras yang telah dilakukannya.

Dalam ajaran islam ditanamkan sikap selalu optimis dan tidak mudah putus asa.

1. Jujur dan dapat dipercaya
Kejujuran merupakan modal dasar di dalam keberhasilan usaha, terutama dalam bisnis jasa keuangan sebagaimana halnya bisnis di bidang asuransi sebagai bisnis kepercayaan. Salah satu ciri orang beriman adalah ia akan aman dan jujur apabila diberikan kepercayaan kepada dirinya.
2. Sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan Seorang agen asuransi syariah jangan mudah putus asa dan panik ketika ada salah satu calon prospeknya yang gagal untuk closing. Seorang agen asuransi syariah yang beriman akan menjadi optimis dan menjadikan kegagalan itu sebagai sebuah pembelajaran dalam menjajaki calon prospek yang lain dan optimis di lain kesempatan akan dapat closing.

Dari penjelasan di atas seorang leader atau atasan wajib mengarahkan dan menumbuhkan sikap dan poin-poin di atas, karena seorang leader bertanggung jawab atas kinerja para agen mereka, supaya dapat bekerja dengan baik dan dapat memenuhi target dan goal dari perusahaan dengan baik, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain bahkan menjadi yang terbaik dari perusahaan asuransi lain, karena income terbesar perusahaan berasal dari para nasabah yang membayar premi asuransi mereka.

Produk

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan asuransi berupa jasa, ketika perusahaan menawarkan produknya kepada masyarakat, perusahaan harus memiliki keyakinan bahwa produk yang akan diluncurkan itu memang dirancang untuk dapat memuaskan keinginan konsumen/nasabah. Oleh karena itu, proses merancang sebuah produk, bukan sekedar menyangkut penentuan manfaat apa yang akan dipenuhi, melainkan juga menyangkut keputusan desain produk, nama merek, jaminan, citra produk dan lainnya. Dalam strateginya juga harus merinci rangkaian tindakan yang harus diambil perusahaan sehubungan dengan produk dan sasaran jangka panjang yang dicapai.

Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus, bagi dunia asuransi syariah produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, agar dapat menarik calon konsumen baru atau mempertahankan konsumen yang lama. Produk plus yang diciptakan harus memiliki keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan produk sejenisnya.

Dalam suatu perusahaan harus memiliki yang namanya strategi produk oleh karena itu ada beberapa strategi yang sering dipake oleh perusahaan yaitu:

- a. Penentuan logo dan motto
Serangkaian ciri khas suatu asuransi sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi misi dalam melayani masyarakat.
- b. Menciptakan merek
Karena jasa memiliki keaneka ragaman, maka setiap jasa harus memiliki nama, tujuannya agar mudah dikenal dan diingat masyarakat.
- c. Menciptakan kemasan

Dalam dunia asuransi kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabah atau bentuk tawaran produk yang dapat menarik perhatian para nasabah.

Faktor Eksternal yang Dapat Mempengaruhi Pertumbuhan Perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang

1. Pasar

Pasar sangat penting bagi setiap perusahaan yang menjual produk berupa barang ataupun jasa terutama jasa akan proteksi jiwa seseorang yakni Asuransi Syariah yang target utamanya tentu adalah jiwa seseorang, akan tetapi kesadaran masyarakat di Indonesia, khususnya di kota Serang masih sangat rendah akan pentingnya memiliki Asuransi untuk mempersiapkan kemungkinan yang mungkin terjadi.

Dalam hal ini perusahaan menginginkan masyarakat sadar dan menerima dengan suka rela memiliki asuransi, terutama Asuransi Syariah, menurut OJK baru sekitar 12 persen saja penduduk Indonesia yang menggunakan produk dan jasa perasuransian, dapat disimpulkan bahwa di Indonesia = 1 banding 0,02, artinya dari 100 orang di Indonesia hanya 2 orang yang memiliki Asuransi.

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah mengenai risiko yang akan datang dikemudian hari. Hal ini dikarenakan asuransi dianggap bukan sebagai kebutuhan yang utama tapi sebagai kebutuhan pelengkap, yang selanjutnya yaitu faktor kekhawatiran masyarakat terhadap asuransi ini bisa berupa takut kalau semisal sudah mengikuti asuransi tetapi ketika mendapatkan kemalangan tidak mendapatkan klaim dari perusahaan hal ini biasanya di sebabkan oleh omongan orang lain yang tidak mendapatkan klaim dari perusahaan asuransi tertetu dan disebar-sebarkan kepada masyarakat umum sehingga berdampak pada pihak asuransi lain, selain itu masyarakat yang sudah ikut asuransi khawatir tidak bisa meneruskan pembayaran premi.

Apabila masyarakat pedesaan sudah mengetahui adanya asuransi syariah belum tentu mereka mau menggunakan jasa tersebut, karena keadaan ekonomi masyarakat pedesaan cenderung menengah kebawah, sedangkan dalam jasa asuransi, setiap orang yang mengikuti asuransi diwajibkan membayar premi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat, bisa satu bulan sekali atau dua bulan sekali tergantung kesepakatan diawal. Dengan adanya pembayaran premi masyarakat desa yang ekonominya menengah ke bawah akan merasa keberatan, jangankan membayar premi, untuk kebutuhan hidup sehari-hari saja mereka masih kesulitan. Maka dari itu ini suatu tantangan perusahaan asuransi bagaimana untuk menciptakan produk yang bisa terjangkau oleh masyarakat dalam pendapatan rendah, dan memberikan sosialisasi agar masyarakat pelosok akan pentingnya asuransi.

Seretnya penetrasi pasar karena jumlah agen asuransi syariah masih rendah. Selain itu, perilaku pasar keuangan syariah, terutama soal minat masyarakat terhadap industri asuransi syariah, biasanya memang bertumpu pada keinginan personal dengan nilai agama sebagai salah satu faktor kecenderungannya. Maka agar industri asuransi syariah ke depannya bisa semakin berkembang, dan bisa menyumbang implementasi keuangan syariah dalam tingkat nasional.

Oleh karena itu, jumlah agen asuransi syariah menurutnya juga harus dikembangkan, agar bisa lebih bersaing dalam hal market share dengan para agen asuransi konvensional.

Dilihat dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, maka PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan dapat dilihat berdasarkan tabel analisis SWOT sebagai berikut.

Analisis SWOT pada PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan

FAKTOR	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
I N T E R N A L	<p>Reputasi yang baik di masyarakat sebagai perusahaan pertama di Indonesia.</p> <p>Memberikan pelatihan kepada calon agen pemasaran untuk meningkatkan kualitas agen pemasaran.</p> <p>Tempat yang strategis dan mudah dijangkau.</p> <p>Memberikan kenyamanan dalam pelayanan kepada nasabah karena dana nasabah dikelola secara syariah.</p> <p>Menjalin kerja sama dengan perguruan-perguruan tinggi</p>	<p>Kurang gencarnya promosi yang dilakukan perusahaan melalui media yang tersedia.</p> <p>Kurangnya SDM pemasaran</p>
F A K T O R E K S T E N A L	<p>Peluang (O)</p> <p>Sebagian besar mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, jika diambil 80% saja yang muslim, maka ada lebih 180 juta potensi pasar yang bisa digarap.</p> <p>Produk-produk PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan terhindar dari unsur gharar, maysir, dan riba tentu memberikan rasa aman bagi masyarakat muslim.</p> <p>Banyak mempunyai referensi calon nasabah baru.</p> <p>Makin banyaknya lembaga atau institusi yang membutuhkan jasa asuransi syariah.</p> <p>Perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga menjadikan media promosi yang cukup banyak.</p>	<p>Ancaman (T)</p> <p>Ketidakstabilan teknologi</p> <p>Munculnya pendatang baru pada pengelolaan produk yang sejenis.</p> <p>Kurangnya kesadaran masyarakat untuk berasuransi.</p> <p>Agen illegal.</p>

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.

Berikut akan diuraikan analisis dengan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan menghasilkan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan, sebagai strategi pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah.

Hasil Analisis Matriks SWOT

<p>Strategi SO</p> <p>Memberikan rasa aman dan percaya kepada masyarakat dalam berasuransi sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>Mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.</p> <p>Memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai pihak yang berbasis syariah guna memperluas jaringan nasabah.</p> <p>Meningkatkan promosi melalui kemajuan teknologi informasi.</p>	<p>Strategi WO</p> <p>Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar.</p> <p>Meningkatkan SDM pemasaran guna memperluas pangsa pasar.</p>
<p>Strategi WT</p> <p>Meningkatkan kemampuan SDM untuk menghadapi persaingan industri asuransi syariah.</p> <p>Mampu mengoptimalkan sistem informasi jaringan yang luas dalam menentukan sistem yang baik.</p> <p>Memaksimumkan ragam pilihan produk dengan meningkatkan promosi melalui berbagai media.</p> <p>Meningkatkan sosialisasi terhadap manfaat asuransi syariah dilapisan masyarakat secara terus menerus memperbaiki program pelatihan untuk SDM dengan mengevaluasi tingkat keberhasilan program pelatihan SDM yang sudah dijalankan</p>	<p>Strategi ST</p> <p>Membenahi sarana dan prasarana dalam bidang teknologi agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.</p> <p>Menjaga kualitas produk dan terus melakukan inovasi produk yang diluncurkan</p> <p>Membangun kepercayaan masyarakat untuk mulai berasuransi sehingga masyarakat merasa butuh, bahwa asuransi itu sesuatu yang dibutuhkan.</p> <p>Menciptakan dan meningkatkan SDM yang berkualitas khususnya bagian pemasaran harus lebih memahami asuransisyariah.</p>

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.

Daftar Pustaka

- Ba'ly', al-, Abd al-Hamid Mahmud, Mafahim Asasiyyah fi al-Bunuk al-Islamiyah, al-Qahirah: Al-Ma'had al-Alami Li al-Fikri al-Islami, 1996
- Dasuki, Muhammad Sayyid, al-Ta'amin wa Maufiq al-Syari'ah al-Islamiyah Minhu, al-Qahirah: Direktorat Tinggi Urusan Agama Mesir, 1967.
- DSN-MUI dan Bank Indonesia, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, Edisi Revisi 2006 Jakarta: DSN-MUI, 2006.
- Ismanto Kuat, Asuransi Syariah, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Keputusan Menteri Keuangan Nomor 426/KMK.06/2003.
- M. Royan Frans, Getting Rich As A Marketer, Jakarta: Gramedia, 2004.
- Oxford Learner's Pocket Dictionary, New Edition
- Sula, Syakir, Asuransi Syariah, Konsep dan Sistem Operasional, Jakarta, Gema Insani, 2004.
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian
- Wawancara, Bapak Muhammad Juandi, Bagian TTA pada AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan, pada tanggal 10 Februari 2022, pukul 16.10
- Wawancara, Kak Febrina, Bagian Administrasi PT AJS Bumiputera 1912 Kantor Wilayah Medan, Pada tanggal 15 Februari 2022, pukul 10.25 WIB