

**PEMASARAN PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH
PADA PT. PRUDENTIAL LIFE INSURANCE CABANG
KENDARI.**



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran penulis yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri bukan hasil plagiat. Dalam bagian-bagian tertentu penulis mengutip pendapat orang lain telah sesuai dengan kaidah-kaidah ilmiah. Jika dikemudian hari terbukti ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat dan atau dibuatkan oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian, maka saya siap menerima konsekuensi hukum sesuai peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Kendari, 08 Oktober 2018
28 Muharam 1440 H





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Sultan Qaimuddin No. 17, Telp.(0401) 393710 Fax.3193710
E-Mail febi.iain@yahoo.co.id-Website:<http://febi.iainkendari.ac.id>

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Pada PT. Prudential Life Insurance Cabang Kendari**” yang disusun oleh Irwan Saputra, NIM. 14020103038, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah diuji dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah pada hari Sabtu, tanggal 6 Oktober 2018 dan dinyatakan dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Kendari, 08 Oktober 2018 M
28 Muharam 1440 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Sodiman, M. Ag.

Sekretaris : Dr. Sulaemang L, M. Th. I

Anggota : Dr. Hj. Ummi Kalsum, M. Ag

Anggota : Muhammad Turmudi, S. Ag.,MM (

Diketahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam

Dra Beni Mulu, M. Pd.I
NIP. 196312311992032010

ABSTRAK

Irwan Saputra, NIM. 14020103038, Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Pada PT Prudential Life Insurance Cabang Kendari, (Dibimbing oleh Sodiman, M. Ag. sebagai Pembimbing I dan Dr. Sulaemang L., M. Th.I).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran yang dilakukan oleh tenaga pemasar produk asuransi jiwa syariah PT. Prudential Cabang Kendari dan kesesuaianya dengan pemasaran dalam Islam.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan akan dikembangkan dengan desain deskriptif. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Prudential Cabang Kendari, dengan informan penelitian terdiri atas 3 (tiga) yakni Agency Diretor (AD), Agen dan Nasabah. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengolahan data digunakan teknik reduksi data, *display* data, klasifikasi data, dan konklusi data.

Berdasarkan hasilnya ditemukan bahwa masih terdapat beberapa kelemahan salah satunya adalah tidak adanya dasar aturan tertulis yang dikeluarkan terkait dengan kejelasan ikatan kontrak antara agen kepada perusahaan, pemberian desensiasi atau sangsi kepada setiap agen-agen yang bermasalah. Selain dari adanya permasalahan terkait dengan aturan dasar, permasalahan lainnya yang dapat mengakibatkan mekanisme pemasaran perusahaan prudential masih belum optimal adalah dikarenakan agen dalam menawarkan produknya kepada nasabah sering kali tidak memberikan informasi yang betul-betul akurat dan terpercaya. Lebih lanjut permasalahan lainnya adalah dari aspek komunikasi antara agen kepada nasabah maupun nasabah kepada agen. Ditemukan pula bahwa mekanisme pemasaran yang berjalan saat ini pada perusahaan Prudential belum memiliki kesesuaian dengan aspek syariah Islam sebagaimana yang seharusnya. Terlebih lagi ditemukan adanya ketidakjelasan yang dilakukan oleh PT. Prudential dalam hal penerapan system kerja karyawannya dan sasaran perusahaan. Ketidaksesuaian mekanisme ini antara lain : tidak adanya perbedaan system manajemen antara konvensional dan syariah, tenaga kerja yang non muslim diberikan hak dan kewenang untuk memasarkan produk syariah kepada nasabah. Hal lainnya adalah dalam praktiknya aspek nilai-nilai syariah terkait asuransi tidak dipaparkan agen kepada nasabah.

ABSTRACT

Irwan Saputra, NIM. 14020103038, Marketing of Sharia Life Insurance Products at PT Prudential Life Insurance Kendari Branch, (Guided by Sodiman, M. Ag. As Advisor I and Dr. Sulaemang L., M. Th.I).

This study aims to determine the marketing carried out by marketers of sharia life insurance products PT. Prudential Branch Kendari and its suitability for marketing in Islam.

This research is qualitative research and will be developed with a descriptive design. This research was conducted at PT. Prudential Branch Kendari, with research informants consisting of 3 (three) namely the Director (AD) Agency, Agent and Customer. Data collection through interviews, observation, and documentation. Data processing used data reduction techniques, data display, data classification, and data conclusions.

Based on the results, it was found that there were still some weaknesses, one of which was the absence of a written basis related to the clarity of the contractual agreement between the agent to the company, the giving of dispensation or sanctions to any troubled agents. Apart from the existence of problems related to the basic rules, other problems that can lead to prudential corporate marketing mechanisms are still not optimal because agents in offering their products to customers often do not provide information that is truly accurate and reliable. Further other problems are from the aspect of communication between the agent to the customer and the customer to the agent. It was also found that the current marketing mechanism for Prudential companies did not yet conform to the Islamic sharia aspects as they should. Moreover, there was a lack of clarity that was carried out by PT. Prudential in terms of implementing the work system of its employees and company goals. The incompatibility of these mechanisms includes: no difference in management systems between conventional and sharia, non-Muslim workers are given the right and authority to market sharia products to customers. Another thing is that in practice the aspects of Islamic values related to insurance are not explained by the agent to the customer.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

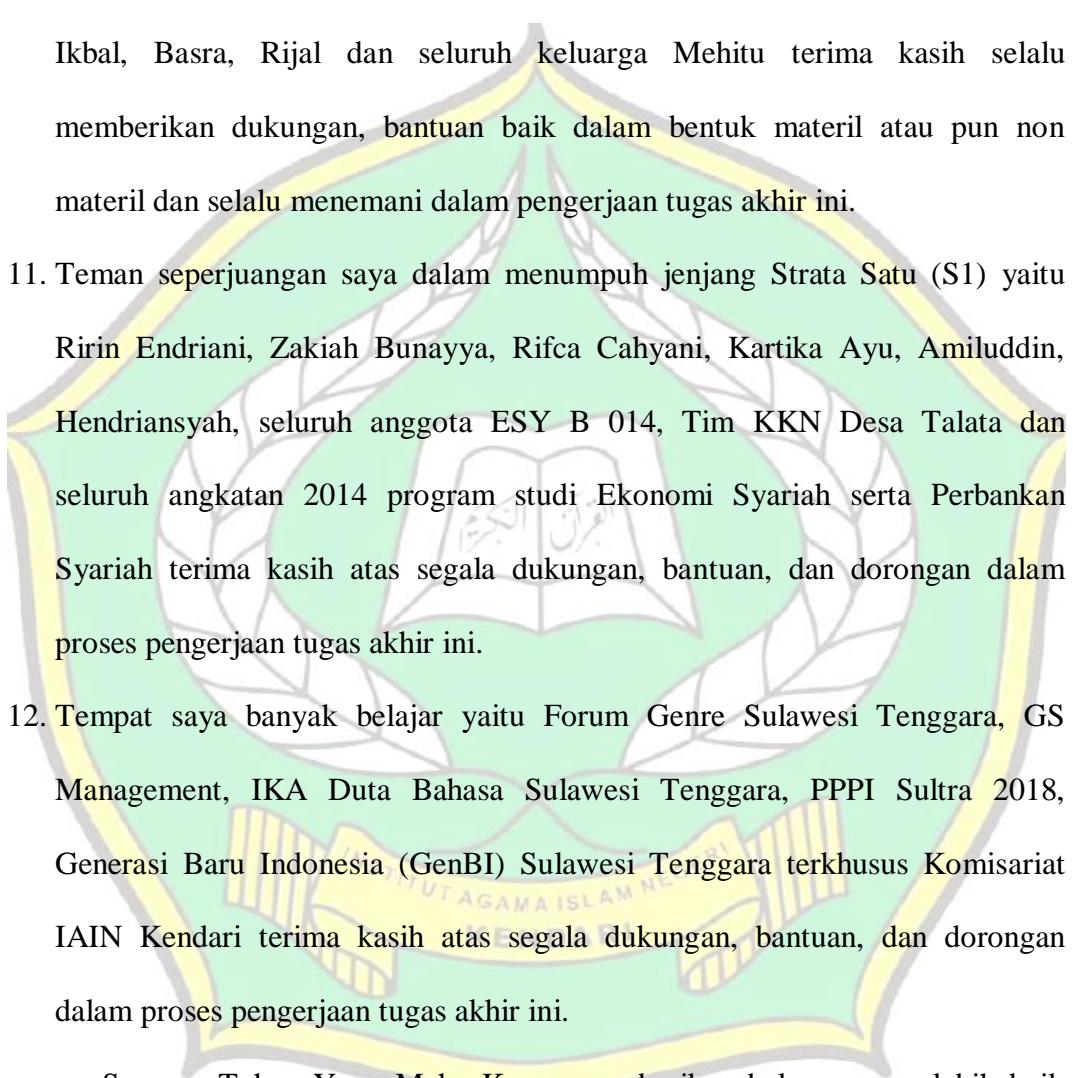
Alhamdulillah, kalimat suci hanya untuk Allah swt, yang telah memberikan rahmat, pertolongan dan segala kasih sayang-Nya yang tidak terhingga jumlahnya. Atas segala rahmat tersebut, penulis dapat menyelesaikan hasil penelitian yang berjudul “Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah Pada PT Prudential Cabang Kendari”. Sesuai dengan eksistensi penulis, maka apa yang tertuang dalam tulisan ini merupakan perwujudan dan upaya optimal yang telah dilakukan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih sedalam-dalamnya untuk teristimewa yang saya cintai dan sangat hormati orang tua saya Bapak Syamsul dan Ibu Alm. Rohani, terima kasih atas doa yang selalu beliau panjatkan kepada Allah swt, agar saya diberi kemudahan, terima kasih telah memberi dukungan serta menemani saya dalam penggeraan tugas akhir ini. Serta kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi, yakni:

1. Yang terhormat Bapak Dr. H. Nur Alim, M.Pd selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Kendari terima telah kasih menjadi Pimpinan di kampus biru tercinta dan selalu memotivasi seluruh mahasiswa IAIN Kendari untuk terus maju mencapai kesuksesan.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Beti Mulu, M.Pd.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri terima kasih atas segala motivasi dan dorongan yang telah diberikan kepada mahasiswa untuk terus

mengasah potensi yang ada dan menjadi pimpinan yang penuh rasa keibuan dengan kelembutannya.

3. Yang terhormat Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, dan Wakil Dekan III Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri terima kasih atas motivasi yang telah diberikan untuk penyelesaian tugas akhir saya.
4. Yang terhormat Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Muhammad Turmudi, S. Ag, MM yang telah muncurahkan tenaga dan pikiran dalam menjalankan tugasnya.
5. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terima kasih telah banyak membantu dalam penyelesaian urusan administrasi untuk penyelesaian tugas akhir saya.
6. Yang saya hormati Pembimbing I Bapak Sodiman, M. Ag dan Pembimbing II Bapak Dr. Sulaemang L., M.Th.I yang telah membimbing proses penulisan tugas akhir saya hingga selesai.
7. Yang saya hormati Pengaji I Ibu Hj. Ummi Kalsum, M. Ag dan Pengaji II Bapak Muhammad Turmudi, S. Ag, MM yang telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang bersifat membangun dan mengembangkan penelitian ini.
8. Agency Director Prudential cabang Kendari, Bapak Ramli dan Tugiman serta Agen Prudential dan nasabah Prudential yang telah banyak membantu dalam memperoleh data dan informasi yang penulis butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini serta kesediaan waktu dalam wawancara dan penjelasan yang diberikan.

- 
9. Bank Indonesia Kantor Perwakilan Sulawesi Tenggara, terima kasih atas kepercayaannya memberikan saya beasiswa sehingga memudahkan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
 10. Yang saya cintai Tante, Om, Ipar, Kakak, serta Adik saya Sabri, S. Ag, Hasda, Hasnani, Syamsir, Anita, Hasmia, Hastina, Reski Wulandari, Damayanti, Ikbal, Basra, Rijal dan seluruh keluarga Mehitu terima kasih selalu memberikan dukungan, bantuan baik dalam bentuk materil atau pun non materil dan selalu menemani dalam penggerjaan tugas akhir ini.
 11. Teman seperjuangan saya dalam menempuh jenjang Strata Satu (S1) yaitu Ririn Endriani, Zakiah Bunayya, Rifca Cahyani, Kartika Ayu, Amiluddin, Hendriansyah, seluruh anggota ESY B 014, Tim KKN Desa Talata dan seluruh angkatan 2014 program studi Ekonomi Syariah serta Perbankan Syariah terima kasih atas segala dukungan, bantuan, dan dorongan dalam proses penggerjaan tugas akhir ini.
 12. Tempat saya banyak belajar yaitu Forum Genre Sulawesi Tenggara, GS Management, IKA Duta Bahasa Sulawesi Tenggara, PPPI Sultra 2018, Generasi Baru Indonesia (GenBI) Sulawesi Tenggara terkhusus Komisariat IAIN Kendari terima kasih atas segala dukungan, bantuan, dan dorongan dalam proses penggerjaan tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa memberikan balasan yang lebih baik terutama mencerahkan berkat dan rahmatNya kepada semua pihak yang telah turut memberikan bantuannya kepada penulis.

Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini banyak kendala yang dihadapi. Kemudian bila dalam pembahasan yang dijelaskan tentunya mungkin

masih jauh dari kesempurnaan, maka kritikan dan saran sangat penulis harapkan dari semua pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan penelitian ini.

Kendari, 8 Oktober 2018

28 Muharram 1440 H

IRWAN SAPUTRA

Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN HASIL	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Definisi Operasional	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Relevan	10
B. Kajian Teori	13
1. Teori Pemasaran	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Pengertian Pemasaran Jasa	14
c. Konsep Bauran Pemasaran Jasa	16
d. Unsur-unsur Bauran Pemasaran	17
e. Pemasaran Dalam Islam	19
f. Konsep Pemasaran Dalam Islam	22
g. Karakteristik Pemasaran Dalam Islam	22

h. Prinsip-prinsip Pemasaran Dalam Islam	24
i. Etika Pemasaran Dalam Islam	26
2. Asuransi	27
a. Pengertian	27
b. Manfaat Asuransi	28
c. Agen Asuransi	29
3. Asuransi Syariah	29
a. Pengertian	32
b. Landasan Hukum Asuransi Syariah	34
c. Prinsip-prinsip Asuransi	37
d. Jenis-jenis Produk Asuransi Syariah	39
e. Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional	40

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Waktu dan Tempat Penelitian	43
C. Jenis Data	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Teknik Analisis Data	45
F. Pengecekan Keabsahan Data	47

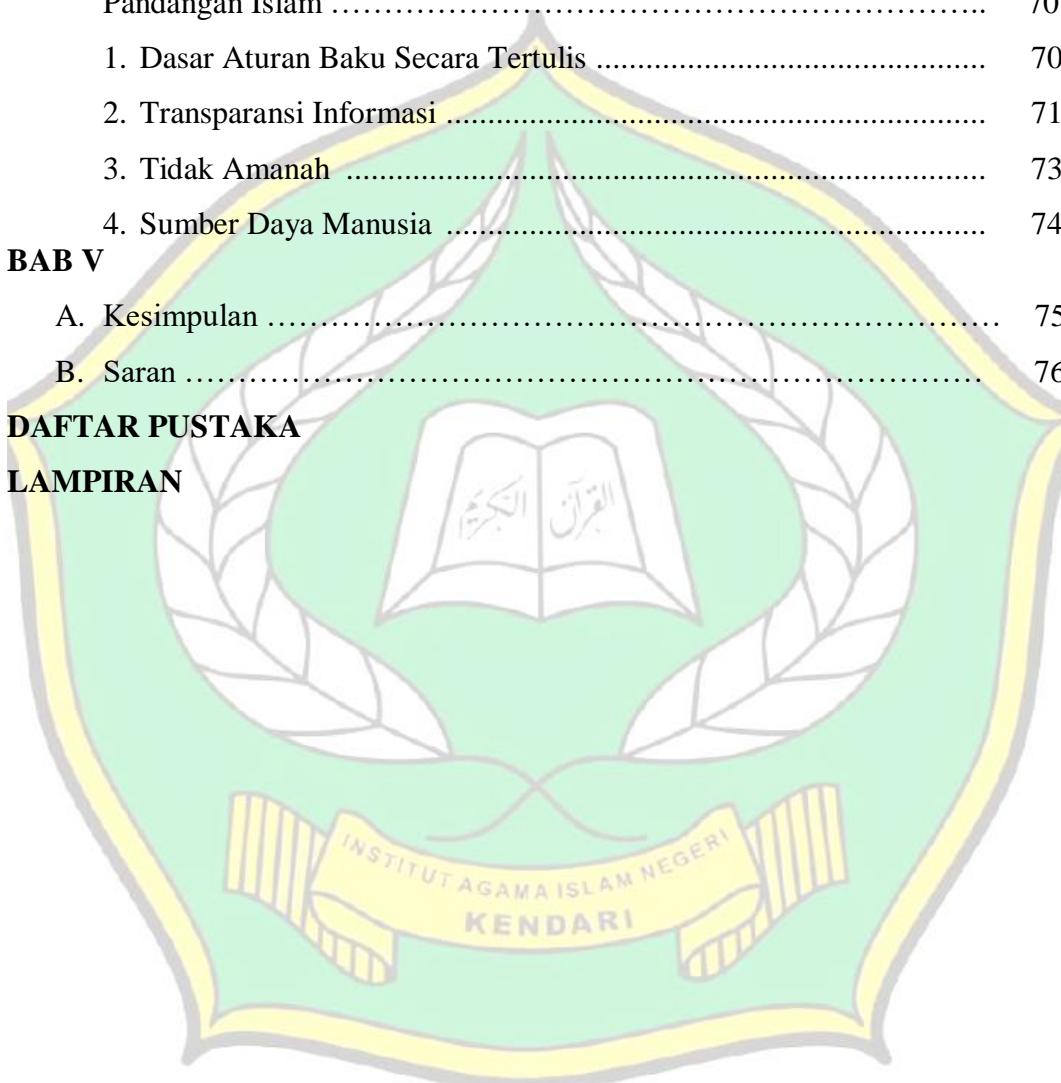
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Prudential Life Insurance	43
1. Sejarah PT Prudential Life Insurance	48
2. Visi, Misi, dan Kredo PT Prudential Life Insurance	50
3. Struktur Organisasi	51
4. Produk-produk Asuransi Syariah PT Prudential Life Insurance	51
5. Jenis-jenis Akad yang Digunakan Pada Produk Pru Syariah	57
6. Produk Investasi Syariah	57
B. Proses Pemasaran yang Dilakukan oleh Tenaga Pemasar Produk Asuransi Syariah PT. Prudential Cabang Kendari	60
1. Observasi Awal Agen kepada Nasabah	61
2. Agen Melakukan Penawaran Produk Asuransi kepada Calon Nasabah Potensial	62

3. Proses Administrasi	64
4. Proses Pengumpulan, Penginputan, dan Pengajuan Asuransi	66
5. Proses Pasca Polis Asuransi Terbit	66
6. Tahapan Menjaga Hubungan Antara Agen dan Nasabah	66
C. Kesesuaian Proses Pemasaran yang Dilakukan oleh Tenaga Pemasar Produk Asuransi Syariah PT. Prudential Cabang Kendari dalam Pandangan Islam	70
1. Dasar Aturan Baku Secara Tertulis	70
2. Transparansi Informasi	71
3. Tidak Amanah	73
4. Sumber Daya Manusia	74
BAB V	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional 40



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi PT Prudential Life Insurance Cabang Kendari ...52

