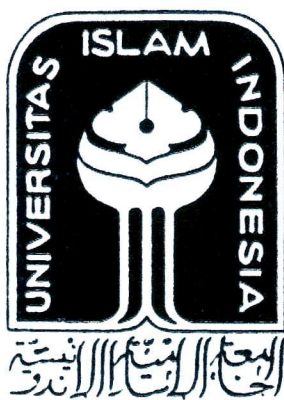


**STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP
PENJARINGAN NASABAH**

(Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)



Oleh : Adibin Slamet

09913088

TESIS

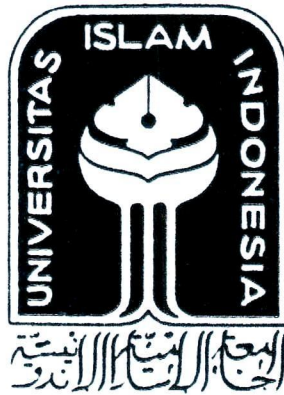
Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

YOGYAKARTA

2013

**STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH
DAN PENGARUHNYA TERHADAP
PENJARINGAN NASABAH**

(Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)



Oleh : Adibin Slamet

09913088

Pembimbing

Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna
Memperoleh Gelar Magister Studi Islam

YOGYAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Adibin Slamet
NIM : 09913088
Program Studi : Magister Studi Islam
Konsentrasi : Ekonomi Islam

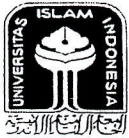
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tesis yang berjudul **“Strategi Pemasaran Asuransi Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Penjaringan Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)”** ini adalah asli hasil penelitian penulis sendiri dan bukan plagiasi karya orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 19 April 2013

Yang menyatakan



Adibin Slamet



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PENGESAHAN

Nomor: 1141/PS-MSI/Peng./IV/2013

TESIS berjudul : **STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH DAN
PENGARUHNYA TERHADAP PENJARINGAN NASABAH
(Studi pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang
Yogyakarta)**

Ditulis oleh : Adibin Slamet

N. I. M. : 09913088

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister dalam Ilmu
Ekonomi Islam



Yogyakarta, 03 Mei 2013

Ketua,

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM (S2)
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp/Fax (0274) 523637 e-mail: msi@uii.ac.id

TIM PENGUJI UJIAN TESIS

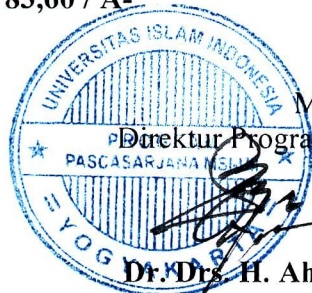
Nama : Adibin Slamet
Tempat/tgl lahir : Kebumen, 9 September 1985
N. I. M. : 09913088
Konsentrasi : Ekonomi Islam
Judul Tesis : **STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH DAN
PENGARUHNYA TERHADAP PENJARINGAN NASABAH
(Studi pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang
Yogyakarta)**

Ketua : Prof. Dr. H. Amir Mu'allim, MIS (.....)
Sekretaris : Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd. (.....)
Pembimbing : Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag (.....)
Penguji : Drs. H. Asmuni, MA (.....)
Penguji : Dr. H. Tamyiz Muharram, MA (.....)

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 25 April 2013

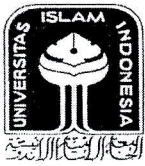
Pukul : 14.00–15.00 WIB

Hasil / Nilai : **83,60 / A-**



Mengetahui
Direktur Program Pascasarjana MSI UII

Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

NOTA DINAS

No. : 1141/PS-MSI/ND/IV/2013

TESIS berjudul : **STRATEGI PEMASARAN ASURANSI SYARIAH (Studi pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)**

Ditulis oleh : Adibin Slamet

NIM : 10913164

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Magister Studi Islam Program Pascasarjana (S-2) Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 22 April 2013

Ketua,



Dr. Drs. H. Akhmad Darmadji, M.Pd.



PROGRAM PASCASARJANA FIAI
MAGISTER STUDI ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II Yogyakarta
Telp. (0274) 523637 Fax. 523637

PERSETUJUAN

Tesis Berjudul : Strategi Pemasaran Asuransi Syariah
(Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang
Yogyakarta)
Ditulis Oleh : Adibin Slamet
NIM : 09913088
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat disetujui untuk diuji di hadapan Tim Penguji tesis
Magister Studi Islam Program Pasca Sarjana Universitas Islam
Indonesia

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA
Yogyakarta, 17 April 2013
Pembimbing,

Drs, H. Syarif Zubaidah M.Ag

MOTTO

“Pedagang yang jujur lagi dipercaya itu bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada.” (HR. At-Tirmidzi no. 1209, kata Asy-Syaikh Al-Albani tentang hadits ini dalam Shahih At-Tarhib wat Tarhib no. 1782: Shahih lighairi)



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

Halaman Persembahan

Karya tulis ini penyusun persembahkan kepada insan-insan yang
senantiasa mengharapkan dan memberikan kebaikan dan kebahagiaan
dalam setiap langkah hidup ini:

Ibu Tursiyah, Bapak Triyono, Umiku yang selalu menghadirkan namaku
dalam setiap do'a, kuatkan aku ketika goyah, ingatkan aku saat diri lalai

My brothers and sister yang mewarnai relung hati

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ
Keluarga besar Kebumen dan

UNIVERSITAS
Almamaterku
ISLAM
INDONESIA

MOTTO

“Pedagang yang jujur lagi dipercaya itu bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada.” (HR. At-Tirmidzi no. 1209, kata Asy-Syaikh Al-Albani tentang hadits ini dalam Shahih At-Tarhib wat Tarhib no. 1782: Shahih lighairi)



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata Arab-Latin yang dipakai dalam penyusunan Tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 158/1987 dan 0543b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Bā'	<i>B</i>	-
ت	Tā'	<i>T</i>	-
ث	Sā'	<i>Ṣ</i>	s (dengan titik diatas)
ج	Jīm	<i>J</i>	-
ح	Hā'	<i>h</i>	H(dengan titik dibawah)
خ	Khā'	<i>Kh</i>	-
د	Dāl	<i>D</i>	-
ذ	Zāl	<i>Z</i>	z (dengan titik diatas)
ر	Rā'	<i>R</i>	-
ز	Zā'	<i>Z</i>	-
س	Sīn	<i>S</i>	-
ش	Syīn	<i>Sy</i>	-
ص	Sād	<i>.s</i>	s (dengan titik dibawah)
ض	Dād	<i>.d</i>	d (dengan titik dibawah)
ط	Tā'	<i>.t</i>	t (dengan titik dibawah)
ظ	Zā'	<i>.z</i>	z (dengan titik dibawah)
ع	'Aīn	'	Koma terbalik keatas
غ	Gāīm	<i>G</i>	-
ف	Fā'	<i>F</i>	-
ق	Qāf	<i>Q</i>	-
ك	Kāf	<i>K</i>	-
ل	Lām	<i>L</i>	-
م	Mīm	<i>M</i>	-
ن	Nūn	<i>N</i>	-
و	Wāwu	<i>W</i>	-
ه	Hā'	<i>H</i>	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Yā'	<i>Y</i>	-

II. Konsonan Rangkap karena *Syadah* ditulis rangkap

أَخْرَجْتَهُ	Ditulis	<i>Ahmadiyyah</i>
عِدَّة	Ditulis	' <i>iddah</i>

III. Ta' Marbūtah di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حِكْمَةٌ	Ditulis	. <i>hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliā'</i>
--------------------------	---------	--------------------------

c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زَكَاةَ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
-------------------	---------	----------------------

IV. Vokal Pendek

_____	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
_____	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
_____	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif خَالِيَةٌ	Ditulis Ditulis	<i>Ā</i> <i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تَنْسِي	Ditulis Ditulis	<i>Ā</i> <i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya' mati كَرِيمٌ	Ditulis Ditulis	<i>Ī</i> <i>Karīm</i>
4.	Dammah + wawu mati فُرُوضٌ	Ditulis Ditulis	<i>Ū</i> <i>Furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

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

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

اَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
----------	---------	----------------

مَوْنَتٌ	Ditulis	<i>mu'annas</i>
----------	---------	-----------------

VIII. Kata Sandang *Alif +Lam*

a. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

الْقُرْآنُ	Ditulis	Al-Qur'ān
الْقِيَامُ	Ditulis	Al-Qiyās

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syām</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

الْفُرُوضُ نَوِي الْمُنَّةَ أَهْلٌ	Ditulis Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i> <i>Ahl as-Sunnah</i>
---------------------------------------	--------------------	--



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Asuransi Syari'ah Dan Pengaruhnya Terhadap Penjaringan Nasabah

(Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)

Maraknya perusahaan asuransi yang mencatumkan kata syariah yang sedang *trend* memicu keingintahuan peneliti tentang bentuk strategi pemasaran yang bersesuaian antara kata syari'ah tersebut dengan pelaksanaan strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta sebagai sebuah lembaga asuransi yang sudah sejak awal diniatkan sebagai pelaksana ekonomi yang islami.

Berdasarkan permasalahan yang di rumuskan di atas, maka tujuan yang hendak di capai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan, menilai dan mengkaji bentuk strategi penjualan yang di terapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

Penelitian ini termasuk kategori penelitian kancan atau lapangan, dalam hal penelitian ini adalah bentuk mendeskripsikan, menilai dan mengkaji bentuk strategi pemasaran yang di terapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta. Bersifat deskripsi analitik, dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sample* atau sampel bertujuan. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara dan dokumentasi, menggunakan pendekatan korelasi. Data dianalisis dari perspektif sosiologi hukum Islam menggunakan teknik analisa kualitatif.

Hasil penelitian menggunakan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta terdeskripsi dalam pelaksanaan FDS (*Field Development System*) yang di lakukan secara berkesinambungan menyangkut masalah mental kerja yang terpengaruh oleh banyak faktor baik dari dalam maupun luar, dan bersifat temporer. FDS mempunyai pengaruh terhadap kinerja SDM yang harus dijaga karena pekerja berhadapan langsung dengan konsumen yang belum tentu memberikan respon yang menjaga performa mereka untuk tetap syar'i. Kesadaran bahwa mereka adalah marketing yang sekaligus membawakan nilai islami menentukan strategi pemasaran harus selalu di perbaharui menggunakan FDS.

Strategi pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta yang bertujuan membentuk sosok pekerja yang professional dan bertanggung jawab terdiri dari *Performance Review And Planning (PRP)* *Infividual Instruction and Drill (IID)*, *Field Observation and Demonstration (FOD)* dan *Group Instruction and Drill (GID)*.

Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, berdasarkan teori yang dipaparkan oleh Yusuf Qardhawi, sudah sesuai dengan etika penjualan dalam Islam.

ABSTRACT

Sharia Insurance Marketing Strategy And Customer Influence Networking

(Study on PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)

The rise of the insurance companies that carry Islamic word that is a trend sparked researcher's curiosity about the corresponding form of marketing strategy among the Shariah said with the implementation of marketing strategies applied by PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta as an insurance agency that has been since the early implementers intended as an Islamic economy.

Based on the problems formulated above, the objectives to be achieved in this research is to describe, assess and analyze the form of sales strategies applied by PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

This study categorized the arena or field research, in the case of this study is to describe the shape, assess and analyze the form marketing strategies applied by PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta. Is analytical description, with purposive sampling technique that aims sample or samples. Data were collected by interview and documentation, using the correlation approach. Data were analyzed from the perspective of Islamic law sociology using qualitative analysis techniques.

The results using that marketing strategy implemented by PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta in the implementation of the Yogyakarta branch of the FDS (Field Development System) will be undertaken on an ongoing basis regarding the work of mental problems affected by many factors both inside and outside, and is temporary. FDS has an influence on the performance of human resources should be maintained for workers dealing directly with consumers who do not necessarily respond to maintain their performance remains Sharai. Awareness that they are marketing as well as bringing Islamic values determine the marketing strategy should always be updated using the FDS.

Marketing strategy. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta that aims to form the figure of professional workers and responsible consisting of Performance Review And Planning (PRP) Individual Instruction and Drill (IID), Field Observation and Demonstration. (FOD) and Group Instruction and Drill (GID).

Marketing applied by PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, based on the theory presented by Yusuf Qardawi, is in conformity with Islamic ethics in sales.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين , والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى آله واصحابه

اجمعين , اشهد ان لا اله الا الله و اشهد ان محمدا عبده و رسوله

اما بعد

Setiap kedipan mata, setiap desahan nafas, setiap lantunan ucap, ijinan penyusun untuk setia memanjatkan puji dan syukur kepada Allah. Terimakasih atas segala rahmat, hidayah dan karuniannya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penulisan tesis sebagai tugas akhir, semoga kemuliaan senantiasa menaungi Rasulullah SAW, agar selalu dalam lingkungan kasih sayang tiada batas, menembus hingga syafaatnya terpencah ke seluruh alam. Ada di dalamnya umat yang senantiasa gigih menegakan risalahnya. Umat yang tidak pernah berhenti untuk senantiasa belajar dan *itiba'* yang telah di sampaikan.

Merupakan suatu kebahagiaan tersendiri yang penyusun rasakan karena telah menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun banyak kendala yang penyusun temui di tengah perjalanannya. Didasari oleh keinginan untuk segera dapat menyelesaikan studi. Alhamdulillah tugas akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Asuransi Syariah Dan Pengaruhnya Terhadap Penjaringan Nasabah (Studi Pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)”** ini dapat terselesaikan. Penyusun berharap semoga dengan keterbatasan yang penyusun tampilkan, terdapat manfaat yang dapat di

kembangakan dalam penelitian-penelitian berikutnya, khususnya bagi jurusan Ekonomi Islam Magister Studi Islam UII Yogyakarta.

Penyusun menghaturkan terimakasih kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung mempunyai andil yang besar dalam penyelesaian ini:

1. Bapak Prof. Dr. Edy Suandi Hamid, M.Ec selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH. M.Hum selaku Dekan Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Drs. H. Ahmad Darmaji, M.Pd selaku Pimpinan MSI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, semoga Allah merahmati beliau.
4. Bapak Drs. H. Syarif Zubaidah, M.Ag selaku Sekretaris Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dan sekaligus pembimbing, yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang sangat bermanfaat sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik, semoga Allah selalu ridha kepada beliau.
5. Seluruh dosen Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah menghantarkan seluruh teori selama proses studi penulis.
6. Seluruh Staf Karyawan Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah membantu kelancaran studi, (Pak Anwan, Mb. Herni Perpus, Mb Anik, Mb. Selvi, Mb. Ana, Mas Tri, dkk)

7. Bapak Syaifudin Handayani, SE selaku Kepala Cabang Askrida Syariah Yogyakarta, bapak Haryoto, dan kepada temen-temen Askrida Yogyakarta, terima kasih atas informasi dan bantuannya dalam pengumpulan data, sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
8. Ibuku, Bapaku, Adeku, yang sangat penyusun cintai dan bangga. Terima kasih atas kesabaran yang sangat melimpah, pengertiannya dalam memahami sikap saya selama ini, perhatian dan bimbingannya, do'a dan restu yang saya harapkan untuk mengarungi hidup ini, semoga saya bisa menjadi anak yang dapat kalian banggakan.
9. Istriku Umi Hesti, yang selalu sabar dan berdoa, selalu memotivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
10. Saudara Muhammad Jailani Madura, yang membantu dalam penyelesaian tesis ini, semoga engkau semakin sukses dunia akhirat.
11. Keluarga besar Kebumen, keluarga besar Bapak H. Haryadi atas nasihat dan dorongannya selama ini, sehingga tesis ini akhirnya terselesaikan.
12. Special thanks untuk temen-temen MSI UII, *jazakillah khairan katsiran* untuk bantuan dan kesabarannya menemani perjuangan menyelesaikan tesis ini.
13. Guru sejatiku, Kyai Maksu, Kyai Toto, saudara Wawa, Alhamdulillah mempunyai sahabat sepertimu semoga persahabatan kita abadi.
14. Teman-teman SD, SMP, SMA, UCY, MM UTY, RISMA dan seluruh teman-teman, terimakasih untuk kebersamaan kita selama ini.

15. Pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat penyusun sebut satu persatu.

Akhirnya penyusun sadar bahwa tidak ada sesuatu yang sempurna selain dzat yang Maha sempurna yaitu Allah, untuk itu penyusun mengharapkan masukan, saran dan kritik dari semua pihak bagi kesempurnaan tulisan ini. Semoga setiap tarikan nafas dan langkah kita selalu berada dalam limpahan kasih dan ridha-Nya. Amin.

Yogyakarta, 17 Maret 2013 M

05 Jumadil Awal 1434 H

Penyusun



Adibin Slamet

09913088



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	x
HALAMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	xi
HALAMAN ABSTRAK.....	xiii
HALAMAN ABSTRACT.....	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Masalah.....	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	4
D. Telaah Pustaka.....	5
E. Kerangka Teoretik.....	11

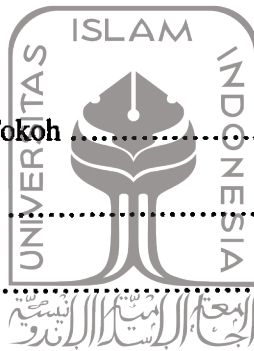
F. Metode Penelitian.....	20
G. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II. STRATEGI DAN ETIKA PEMASARAN DALAM ISLAM...	25
A. Pengertian Strategi Pemasaran.....	25
B. Pemasaran.....	30
C. Etika Pemasaran.....	37
BAB III. PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA SYARIAH CABANG YOGYAKARTA...	68
A. Gambaran Umum.....	68
B. Jenis-jenis Produk.....	74
C. Latar Belakang Pendidikan Karyawan.....	85
D. Strategi Pemasaran.....	87
BAB IV. IMPLEMENTASI HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENJARINGAN NASABAH..	95
A. Analisis Implementasi Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.....	95
B. Analisis Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida dan Pengaruhnya Terhadap Penjaringan Nasabah	101

BAB V. PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran.....	107

DAFTAR PUSTAKA	109
-----------------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN:

1. Biografi Ulama dan Tokoh	i
2. Pedoman Wawancara	v
3. Data Mentah	vi
4. Surat Ijin Penelitian	xxxviii
5. Surat Bukti Penelitian	xxxix
6. Curriculum Vitae	xxxx



**UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi pada dasarnya adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara layak, baik dalam bentuk produksi, konsumsi, distribusi maupun kegiatan-kegiatan lainnya. Bagi kaum muslimin, kegiatan ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dan tugasnya sebagai khalifah dan ibadah kepada Allah SWT. Karena itu kegiatan tersebut harus dilandasi dan diikat oleh nilai dan prinsip yang terdapat dalam al-Qur'an dan Sunnah Rasul.¹

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin pesat, kegiatan ekonomi pun mengalami perkembangan. Tidak ketinggalan juga ekonomi Islam. Sudah sepatutnya kita bersyukur kepada Allah SWT, di tengah-tengah berbagai krisis yang melanda masyarakat dan bangsa kita, kegiatan ekonomi syariah memperlihatkan tanda-tanda yang cukup menggembirakan, walaupun masih dijumpai berbagai kekurangan dan kelemahan. Tanda-tanda tersebut antara lain dengan tumbuh dan berkembangnya lembaga-lembaga keuangan syariah, seperti bank-bank syariah, asuransi syariah, BPR syariah, BMT, maupun lembaga-lembaga keuangan lainnya serta timbulnya kesadaran

¹ Didin Hafidhuddin, "Islam Aplikatif", Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani press, 2003

kolektif untuk membangun dan mengembangkan ekonomi Islam secara bersama-sama.²

Seperti yang telah disebutkan di atas, salah satu lembaga keuangan yang semakin menjamur adalah asuransi syariah. Setelah perbankan syariah berkembang, asuransi syariah ikut mekar. Pada awal kemunculannya, satu-satunya pemain asuransi yang menawarkan produksi halal di Tanah Air baru Asuransi Takaful.³

Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), M. Syakir Sula menyebutkan, ada tiga perusahaan asuransi konvensional yang kini sedang menjajaki konversi menjadi perusahaan asuransi syariah penuh. Prospek dan peluang asuransi syariah sangat menjanjikan. Banyak perusahaan asuransi konvensional yang tertarik untuk membuka cabang syariah. Tahun 2012 ada 40 perusahaan asuransi yang membuka cabang syariah, yang terdiri dari 20 Asuransi Jiwa dan 20 Asuransi Umum. Diperkirakan di tahun 2013 akan bertambah perusahaan membuka cabang syariah. Jika ini benar-benar terjadi, maka pangsa pasar asuransi syariah di Indonesia akan meningkat. Dan diperkirakan pada saat tahun 2014 para pemain di bisnis asuransi syariah akan bakal bertambah lagi.⁴

² Ibid., hal 31-32

³ M. Luthfi Hamidi, "*Jejak-Jejak Ekonomi Islam*", Cet. Ke-1, Jakarta: Senayan Abadi Publishing, 2003 hal 239

⁴ Infobank, "*The Best Sharia Finance 2012*", Edisi Khusus: Jakarta PT. Infoarta Utama, 2012 hal 88

PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah merupakan Cabang Perusahaan PT. Asuransi Bangun Askrida, mau tidak mau juga akan mendapat pesaing-pesaing baru yang tangguh. Mereka harus lebih cermat dan lihai agar para nasabah terkesan dan tertarik untuk mengasuransikan di perusahaan mereka. Dalam hal ini bagian *marketing* (Pemasaran) sangatlah berperan penting. Mereka harus lebih kreatif dalam menciptakan strategi pemasaran agar produk yang ditawarkan dapat dipercaya dan dikonsumsi oleh konsumen tanpa harus berlebih-lebihan. Apalagi Negara-negara barat mulai melirik bisnis asuransi syariah karena prinsip tolong-menolong yang diterapkan di dalamnya.

Pertanyaan yang muncul, apakah perusahaan asuransi sekedar mencantumkan kata syariah agar memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya, namun masih melakukan pemasaran yang sifatnya konvensional. Berdasarkan persoalan di atas, maka penyusun tertarik untuk meneliti dan mengkaji lebih jauh mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Layanan Syariah Cabang Yogyakarta agar dapat tetap bertahan dan semakin berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat ini, tanpa harus meninggalkan etika bisnis dalam Islam.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida dan pengaruhnya terhadap penjangkauan nasabah?

2. Apakah pemasaran yang diterapkan di PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Layanan Syariah Cabang Yogyakarta sudah sesuai dengan etika pemasaran dalam Islam?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

- a. Untuk mendeskripsikan bentuk strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta
- b. Untuk menilai dan mengkaji pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta

2. Kegunaan Penelitian

Hasil studi ini diharapkan berguna, setidaknya untuk dua hal:

- a. Kegunaan teoritis, yaitu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan Ekonomi Islam dan dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya, terutama dalam bidang asuransi Islam.
- b. Kegunaan praktis, yaitu membantu pihak-pihak yang ingin mengetahui dan mengkaji lebih dalam tentang pemasaran yang dilakukan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

D. Telaah Pustaka

Seiring dengan semakin banyaknya perusahaan asuransi syariah yang berdiri, semakin banyak pula karya tulis yang membahas atau mengkaji masalah asuransi syariah, begitu juga dengan Asuransi Umum (*general insurance*). Penelitian yang telah dilakukan mengenai Asuransi yang penyusun jumpai membahas tentang operasionalisasi PT. ATK Supervisi Yogyakarta. Penelitian itu meliputi sejarah dan pengertian asuransi, syarat-syarat umum perjanjian asuransi, jenis-jenis produk dan ketentuan klaim serta dananya yang kemudian dianalisis dari segi mekanisme pengelolaan dana klaim ditinjau dari perspektif asuransi Islam.⁵

Dalam Tesis Achmad Marzuki, Lc, meneliti tentang Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Asuransi Takaful Keluarga yang membahas evaluasi terhadap strategi pemasaran yang diterapkan, melakukan analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap produk Asuransi yang dimiliki pada PT. Asuransi Takaful Keluarga. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis permasalahan strategi pemasaran tersebut adalah menggunakan analisis kuantitatif dengan alat analisis strategic dan matrik SWOT.⁶

⁵ Arum Zakiyah, "Pelaksanaan Asuransi Takaful Keluarga Di PT. Asuransi Takaful Keluarga Supervisi Yogyakarta," Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 1997

⁶ Achmad Marzuki, Lc, "Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran, Asuransi Takaful Keluarga" Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta: 2003

Penyusun juga menemukan penelitian dalam bentuk tesis, yang disusun oleh Arief Syantoso dengan judul Analisis Fiqih Keuangan terhadap Asuransi Deposito pada perbankan Syariah di Indonesia, Studi terhadap PP N0 39 tahun 2005 tentang Lembaga Penjaminan Simpanan pada bank Syariah. Pembahasan dalam tesis tersebut adalah pentingnya Asuransi deposito adalah untuk mengatasi risiko bank terhadap *irrational run* terhadap bank dan *systemic risk*, membantu memobilisasi tabungan untuk kepentingan investasi.⁷

Winaldi dalam tesisnya menulis judul Asuransi Modern, Telaah atas Pemikiran Afzalurrahman, yaitu membahas pemikiran Afzalurrahman yang tertuang dalam *Economic Doctrines of Islamic* tentang asuransi, merupakan penelitian kepustakaan, menggunakan pendekatan normatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa asuransi modern pada prakteknya mengandung unsur yang terlarang dalam agama; yaitu *riba*, *maisir*, *gharar*, *jahalah* dan eksploitasi.⁸

Karya ilmiah lain seperti dituliskan oleh Hamid Hisan yang berjudul “Asuransi Dalam Hukum Islam” yang menguraikan bahwa asuransi konvensional tidak bisa lepas dari unsur *riba*, *gharar* dan judi. Demikian pula halnya dengan Murtada Mutahari, dalam bahasanya yang lebih menitik beratkan pada masalah akad, karena akad dalam asuransi merupakan akad

⁷ Arief Syantoso, “Analisis Fiqih Keuangan terhadap Asuransi Deposito pada perbankan Syariah di Indonesia, Studi terhadap PP N0 39 tahun 2005 tentang Lembaga Penjaminan Simpanan pada bank Syariah, Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta: 2008

⁸ Winaldi, “Asuransi Moderen”, Telaah atas Pemikiran Afzalurrahman, Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta: 2008

yang tersendiri yang tidak sama dengan akad *daman* yaitu akad pertanggungan tentang jaminan utang piutang.⁹

Sedangkan dalam kepustakaan penelitian penulis menelaah beberapa penelitian, yaitu oleh Ahmad Bunyan Wahab yang membahas tentang bagaimana perbandingan hukum asuransi serta membandingkan metode dalam *istinbat* hukum asuransi.¹⁰

Faridatul Fauziah meneliti tentang “Pelaksanaan Ibadah Haji melalui Asuransi (studi Komparatif antara Asuransi takaful dan konvensional) didalam penelitiannya penulis hanya menyoroti masalah perbandingan antara asuransi takaful dan asuransi konvensional dalam berhaji, aspek yang ditekankan yaitu apakah hukumnya dan bagaimana system operasionalnya.¹¹

Ditempat yang sama, Abdullah, meneliti tentang “Asuransi Jiwa Konvensional dalam hukum Islam; Pro kontra di kalangan Ulama dan Asuransi takaful sebagai Alternatif di Indonesia. Disini penulis lebih

⁹ Murtada Muttahari, “*Ar-Riba wa At-Ta'min*”, alih bahasa Irwan Kurniawan, Bandung: Pustaka Hidayah 1995

¹⁰ Ahmad Buyan Wahab, “*Asuransi Dalam Pandangan Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama: Telaah atas Perbandingan Penerapan Istinbat Hukum Islam*”, tesis Pascasarjana, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 2000

¹¹ Faridatul Fauziah, “*Pelaksanaan Ibadah Haji Melalui Asuransi (Studi Komparatif antara Asuransi Takaful dan Konvensional)*”, Tesis Program Pascasarjana Hukum, Yogyakarta: UII, 1998

menekankan argumentasi yang dikemukakan ulama seputar asuransi dan mencari suatu alternatif asuransi yang cocok di berlakukan di Indonesia.¹²

Aminah Chaniago dalam “Studi Komparatif Asuransi Jiwa, Konvensional dan takaful dalam perspektif Ekonomi Islam” kajian utama dalam tesis tersebut adalah masalah tata pelaksanaan asuransi jiwa saja.¹³

M Asep Hamdani dalam Asuransi Jiwa Menurut Sistem Asuransi Konvensional dan Sistem Asuransi takaful (sebuah kajian Perbandingan)”, yang menjelaskan perbandingan antara asuransi konvensional dengan asuransi takaful. Perbandingan yang dikemukakan terletak pada prinsip dasar, sistem operasional pengelolaan, biaya dan premi.¹⁴

Muktamad Agus Aeman dalam penelitiannya yang menyoroti masalah jaminan yang diberikan bagi nasabah asuransi jiwa yang lebih menekankan pada mekanisme pelaksanaan jaminan pada kontrak asuransi yang di fokuskan pada asuransi jiwa.¹⁵

¹² Abdullah, “Asuransi Jiwa Konvensional Dalam Hukum Islam; Pro kontra di kalangan Ulama dan Asuransi takaful sebagai Alternatif di Indonesia”, Tesis Program Pascasarjana Hukum, Yogyakarta: UII, 2000

¹³ Aminah Chaniago, “Studi Komparatif Asuransi Jiwa, Konvensional dan Takaful dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Tesis Yogyakarta: MSI UII, 1999

¹⁴ M Asep Hamdani, “Asuransi Jiwa Menurut Sistem Asuransi Konvensional dan Sistem Asuransi Takaful (Sebuah Kajian Perbandingan)”, skripsi, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga 1997

¹⁵ Muktamad Agus Aeman, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jaminan Asuransi Sebagai Pelunasan Kredit Nasabah Meninggal Dunia di Bringin Cabang Majenang-Cirebon”, skripsi, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 1998

Muhammad Muslehuddin dalam “Insurance and Islamic Law” yang menjelaskan tentang aspek sejarah asuransi, dan membandingkan dengan hukum Islam khususnya dalam masalah transaksi dan juga memaparkan rumusan asuransi islam.¹⁶ KH Ali yafi menulis masalah asuransi yang memuat tentang tujuan diadakannya asuransi, serta mengupas berbagai pendapat ulama, dalam menyikapi permasalahan tersebut Ali Yafi lebih cenderung untuk bersikap arif dalam menentukan hukumnya agar tidak terjebak dalam lingkaran yang dilarang agama.¹⁷ Fuad Moch Fahrudin nembicarakan masalah asuransi yang dirangkum dalam soal jawab seputar asuransi, ia mengupas menurut pengertian tiap-tiap masalah asuransi termasuk juga aspek hukumnya.¹⁸

Muhammad, dengan bukunya yang berjudul Lembaga-lembaga keuangan umat Kontemporer. Pada halaman 71-84 secara khusus membahas tentang asuransi takaful.¹⁹ Hamzah Ya'qub dalam bukunya kode Etik Dagang Menurut Islam, membahas riwayat asuransi dan hukumnya. Ahli-ahli hukum Islam modern, nampaknya pendapat mereka terbagi dua dalam menetapkan

¹⁶ Muhammad Muslehuddin, “Insurance and Islamic Law” alih bahasa Wardana, Jakarta; Bumi Aksara, 1997

¹⁷ Ali Yafi, “Menggagas Fiqih Sosial dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi dan Ukhuwah”, Jakarta; Mizan, 1994

¹⁸ Fuad Moch fahrudin, “Riba Dalam Bank, Koperasi, Perseroan, dan Asuransi”, Bandung; Al-ma’arif, 1993

¹⁹ Muhammad, “Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer”, Yogyakarta: UII Press, 2000

hukum asuransi, segolongan menetapkan haram dan sebagian menetapkan membolehkan.²⁰

Penyusun juga mempunyai penelitian dalam bentuk skripsi ditempat yang sama. Yaitu PT. ATK Supervisi Yogyakarta, skripsi tersebut berjudul “Prinsip-prinsip Syariah dalam mekanisme pemasaran produk PT. ATK Supervisi Yogyakarta”, yang ditulis oleh Nelly Alfiany Syam. Pembahasan dalam skripsi tersebut adalah mekanisme pemasaran produk PT. ATK Supervisi Yogyakarta, meliputi sejarah dan tujuan berdirinya PT. ATK Supervisi Yogyakarta, pengertian dan struktur organisasi asuransi takaful keluarga, produk-produk, serta promosi produk, pengelolaan konsultan dan kegiatan operasional konsultan dalam pemasaran produk PT. ATK Supervisi Yogyakarta.²¹

Sejauh ini, objek penelitian dan tujuan hukumnya adalah hal-hal yang membedakan objek pembahasan penyusun dengan objek pembahasan tesis sebelumnya. Penyusun lebih memfokuskan penelitian pada strategi pemasaran yang diterapkan PT Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dalam perspektif sosiologi hukum Islam.

Saat ini banyak kita jumpai artikel-artikel, makalah-makalah atau bahkan buku-buku yang membahas mengenai asuransi Syariah. Satu buku

²⁰ Hamzah Ya'qub, “Kode Etik Dagang Menurut Islam”, Bandung, Diponegoro, 1984

²¹ Nelly Alfiany Yuniar Syam, “Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Mekanisme Pemasaran Produk PT. Asuransi Takaful Keluarga Supervisi Yogyakarta,” Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2001

yang sangat menarik yang ditulis oleh Direktur Pemasaran Takaful Group sekaligus ketua Umum AASI, M. Syakir Sula, yang berjudul “Asuransi Syariah (*Life and general*): Konsep dan Operasional.”²² Di dalamnya lengkap dibahas mengenai asuransi syariah dan operasionalnya. Di dalam sub bab buku tersebut, dibahas tentang larangan promosi-sebagai salah satu strategi penjualan atau pemasaran yang berlebih-lebihan, yang akhirnya akan sampai pada akhir tingkat kebohongan dan menyembunyikan kekurangan serta cacat barang agar bisa memberikan pengaruh dan melahirkan konsumerisme bagi *customer*, karena hal ini akan mengurangi nilai keberkahan.²³

Sepanjang pengetahuan penyusun, belum ada literatur yang secara khusus membahas mengenai strategi pemasaran asuransi umum yang disertai dengan data hasil penelitian di lapangan khususnya pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

E. Kerangka Teori

Perbuatan manusia tidak boleh merugikan kepentingan masyarakat.²⁴ Segala perbuatannya sedapat mungkin bermanfaat bagi lingkungan. Karena sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain. Tatanan sosial yang diajarkan Islam, terutama didasarkan atas ajaran kitab suci Al-Qur’an

²² M. Syakir Sula, “*Asuransi Syariah (life and General): Konsep dan Sistem Operasional*”, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani Perss, 2004

²³ Ibid

²⁴ A. Aziz Salim Basyarahil, “*33 Masalah Agama*”. Cet, ke-5, Jakarta: Gema Insani Perss,1993

dan Sunnah Rasul.²⁵ Seluruh isinya mengarah untuk kemaslahatan umat hingga akhir zaman.

Masyarakat Islam didasarkan pada ekonomi pasar bebas dan menghormati hak milik pribadi, tapi di pihak lain, Islam bertujuan mengurangi perbedaan-perbedaan antara golongan kaya dan golongan miskin dalam masyarakat. Tujuan ini dapat dicapai terutama dengan meratakan sumber daya. Etika kerja Islam mendorong dan memajukan dedikasi dalam kerja untuk memperoleh penghidupan. Ekonomi Islam didasarkan atas keshalihan atau ketaqwaan. Keshalihan Islam lebih cenderung meratakan dari pada menumpuk sumber daya.²⁶

Bentuk-bentuk kegiatan ekonomi yang dikemukakan dalam ajaran Islam, antara lain:

1. Al-Qur'an mendorong umat Islam untuk menguasai dan memanfaatkan sektor-sektor dan kegiatan ekonomi dan skala yang lebih luas dan komprehensif, seperti perdagangan, industri, pertanian, keuangan, jasa, dan sebagainya, yang ditujukan untuk kemaslahatan dan kepentingan bersama.
2. Dalam melakukan kegiatan ekonomi, al-Qur'an melarang umat Islam mempergunakan cara-cara yang *batil* seperti dengan

²⁵ M. A. Mannan, "Teori dan Praktek Ekonomi Islam", Alih Bahasa M. Nastangin, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997

²⁶ Ilyas Ba-Yunus dan Farid Ahmad, "Sosiologi Islam dan Masyarakat Konteporer", Alih Bahasa Hamid Basyaib, Cet. ke-6, Bandung: Mizan, 1996

melakukan kegiatan riba, penipuan, memperlakukan takaran, berjudi, melakukan praktek suap menyuap dan cara-cara *batil* lainnya.

3. Al-Qur'an mendorong umat Islam untuk melakukan kegiatan ekonomi dalam kelembagaan yang rapi, teratur, transparan dan berkoordinasi, serta bekerja sama dengan sesama umat Islam.²⁷

Di dalam Al-Qur'an dan Hadis tidak ada satupun ketentuan yang mengatur secara eksplisit tentang asuransi. Oleh karena itu masalah asuransi termasuk bidang hukum "*ijtihadiah*", artinya untuk menentukan hukum asuransi ini halal atau haram masih diperlukan peranan akal pikiran para ulama ahli fikih melalui *ijtihad*.²⁸

Terlepas dari kontradiksi penentuan hukum asuransi. Islam mempunyai prinsip-prinsip muamalat sebagai berikut:

1. Pada dasarnya segala bentuk muamalat adalah mubah, kecuali yang ditentukan lain oleh Al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW. Hukum Islam memberi kesempatan luas perkembangan bentuk dan macam muamalat baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat.

²⁷ Didin Hafidhuddin, "*Islam Aplikatif*", Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani press, 2003, hal 29-30

²⁸ Warkum Sumitro, "*Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait (BMUI dan takaful) di Indonesia*", Cet. Ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996 hal 166

2. Muamalat dilakukan atas dasar sukarela, tanpa mengandung unsur-unsur paksaan. Prinsip ini memperingatkan agar kebebasan kehendak pihak-pihak yang bersangkutan selalu diperhatikan.
3. Muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari *madarat* dalam hidup masyarakat. Segala bentuk muamalat yang merusak kehidupan masyarakat tidak dibenarkan.
4. Muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan. Segala bentuk muamalat yang mengandung unsur penindasan tidak dibenarkan.²⁹

Beberapa prinsip asuransi yang diatur oleh Islam:

1. Dibangun atas dasar kerja sama (*ta'awun*)
2. Asuransi syariah tidak bersifat *mu'awadah*, tapi *tabarru' mudarabah*
3. Sumbangan (*tabarru'*) sama dengan *hibah* (pemberian), oleh karena itu haram hukumnya ditarik kembali. Kalau terjadi peristiwa, maka diselesaikan menurut syariah
4. Setiap anggota yang menyetor uangnya menurut jumlah yang telah ditentukan harus disertai dengan niat membantu demi menegakkan prinsip *ukhuwah*

²⁹ Ahmad Azhar Basyir, "Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)", Yogyakarta: UII Perss, 2000

5. Tidak dibenarkan seseorang menyetor sejumlah kecil uangnya dengan tujuan supaya ia mendapat imbalan yang berlipat bila terkena sesuatu musibah. Akan tetapi ia diberi uang jamaah sebagai ganti atas kerugian itu menurut ijin yang diberikan jamaah
6. Apabila uang itu akan dikembangkan, maka harus dijalankan menurut aturan *syar'i*.³⁰

Islam mengharamkan seluruh bentuk penipuan. Dalam menjual suatu produk, Asuransi Umum Askrida Syariah memerlukan langkah-langkah sosialisasi, baik untuk mendapatkan perhatian masyarakat maupun sebagai upaya mencari masukan demi perbaikan sistem yang ada. Perlu strategi pemasaran yang lebih terfokus kepada upaya untuk memenuhi pemahaman masyarakat tentang asuransi takaful keluarga.³¹

Terdapat beberapa nama yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, meliputi: menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan, bersikap benar, amanah dan jujur, menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga, menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli, menegakkan toleransi dan persaudaraan, serta berpegangan pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.³²

³⁰ Agni Alam Awirya dan Joko Tri Haryanto, "Wacana Asuransi Syariah," Jurnal Ekonomi Syariah Muamalah. No. 1. Vol. 3, Januari 2005

³¹ Heri Sudarsono, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi", cet. Ke-2, Yogyakarta: Ekonosia, 2004

³² Yusuf Qhardawi, "Norma dan Etika Ekonomi Islam", Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani perss, 1997

Sebagai umat islam sudah seharusnya segala kegiatan, termasuk bermuamalah, berkaca pada *uswatun khasanah* kita, Nabi Muhammad SAW. Sisi yang cuku menonjol dalam peletakan bisnis Nabi SAW adalah nilai spiritual, humanisme, kejujuran, keseimbangan dan semangatnya untuk memuaskan mitra bisnisnya. Beliau telah menjadikan tauhid, keadilan atau keseimbangan, kehendak bebas dan pertanggungjawaban sebagai dasar transaksi ekonominya.³³

Lembaga keuangan syariah, dalam hal ini asuransi Syariah yang bergerak di bidang jasa dan berlabelkan Islam, harus mempunyai etika pemasaran yang berbeda dengan lembaga non syariah lainnya serta memelihara serta etika dan akhlak bisnis yang dibenarkan oleh *syara*, sehingga mempunyai nilai lebih. Etika pemasaran adalah ilmu tentang bagaimana sebaiknya sikap seseorang ketika menjual sesuatu produk. Seorang agen atau pegawai mempunyai sifat ideal, antara lain cermat, hemat, tepat waktu, tepat janji, rajin, jujur, tegas, berani, prinsipil dan bersih.³⁴

Kode etik yang harus diperhatikan oleh seorang agen, pegawai, atau karyawan asuransi adalah:

1. Menjunjung tinggi kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan dengan sikap ramah, sopan, tertib dan jujur dalam melaksanakan

³³ M. Hidayat, "Kiprah Manajemen dan Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW", Jurnal Ekonomi Syariah Muamalah, no.2. vol. 2, Oktober 2003

³⁴ I Ketut Sendra, "Panduan Sukses Menjual Asuransi", Jakarta: Penerbit PPM, 2002, hal 125-127

tugas atau pekerjaan, serta berusaha dengan kemampuan atau pengetahuan yang akan meningkatkan kesadaran berasuransi bagi masyarakat dan mamajukan perusahaan yang diwakili.

2. Berjanji tidak melakukan pekerjaan atau tugas rangkap untuk perusahaan asuransi lainnya
3. Mengutamakan kepentingan para pemegang polis dan perusahaan dengan selalu memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pemegang polis maupun kepada mereka yang ditujuk untuk mcncrima faidah asuransi
4. Menggunakan cara yang layak dan tidak melanggar kode etik untuk mendapatkan atau menutup calon pemegang polis dan dengan tegas akan menolak segala cara yang dapat menurunkan derajat profesi aparat pemasaran asuransi, serta tidak akan memberikan pernyataan-pernyataan dan janji-janji yang menyimpang dari ketentuan polis yang ada.
5. Berusaha meningkatkan kemahiran sebagai seorang agen, karyawan atau pegawai dengan menguasai berbagai hal yang menyangkut peraturan-pertauran perasuransian, serta terus menerus menambah ilmu pengetahuan terutama yang menyangkut bidang asuransi.
6. Memberikan keterangan yang benar dan lengkap serta tepat agar pemegang polis dapat mengambil keputusan yang sesuai dengan kebutuhan.

7. Berusaha menjadi suri tauladan dalam tugas maupun sikap sehari-hari, serta senantiasa memupuk kerja sama konstruktif dengan rekan-rekan seprofesi
8. Menyadari bahwa apabila melanggar kode etik dapat dikenakan sanksi pencabutan izin usaha atau lisensi keagenan.³⁵

Jasa adalah produk yang tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen, termasuk di dalamnya asuransi. Pelayanan jasa diutamakan harus menjaga mutu, kredibilitas perusahaan pemberi jasa dan mudah menyesuaikan perkembangan.³⁶ Suatu bisnis (juga bisnis asuransi) mempunyai tanggung jawab, di antaranya menghasilkan produk dengan harga yang murah, mengambil keuntungan secara wajar dan bisnis tersebut dengan mengatasi masalah yang terjadi dimasyarakat, tanpa memperhatikan apakah bisnis secara langsung atau pun tidak langsung menimbulkan masalah itu.³⁷

Data hasil penelitian tesis ini akan dianalisis dari perspektif sosiologi hukum Islam. Menurut Soerjono Soekanto; sosiologi hukum adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang secara analisis dan empiris mempelajari hubungan timbal balik antara hukum dengan gejala sosial lainnya. Sejauh mana hukum itu mempengaruhi tingkah laku sosial dan pengaruh tingkah

³⁵ Ibid, hal 123-124

³⁶ Indriyo Gitosudarmo, "*Managemen Pemasaran*", Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1994, hal 183

³⁷ Buchari Alma, "*Ajaran Islam Dalam Bisnis*", Bandung: CV. Alfabeta, 1993, hal 101

laku sosial terhadap pembentukan hukum.³⁸ Sosiologi hukum membahas pengaruh timbal balik antara perubahan hukum dan masyarakat. Perubahan hukum dapat mempengaruhi perubahan masyarakat, dan sebaliknya perubahan masyarakat dapat menyebabkan terjadinya perubahan hukum.³⁹

Studi islam dengan pendekatan sosiologi tentu saja adalah bagian dari studi sosiologi Agama. Ada perbedaan tentang tema pusat sosiologi agama klasik dan modern. Dalam sosiologi agama klasik, tema pusatnya adalah hubungan timbal balik antara agama dan masyarakat, bagaimana agama mempengaruhi pemikiran dan pemahaman keagamaan. Sedangkan dalam sosiologi agama modern, tema pusatnya hanya pada satu arah, yaitu bagaimana agama mempengaruhi masyarakat. Tetapi pendekatan sosiologi nampaknya lebih luas dari konsep sosiologi agama modern dan lebih dekat kepada konsep sosiologi agama klasik, yaitu mempelajari hubungan timbal-balik antara Agama dan masyarakat.⁴⁰

Penggunaan pendekatan sosiologi dalam studi hukum Islam dapat mengambil beberapa tema sebagai berikut:

- a. Pengaruh hukum islam terhadap masyarakat dan perubahan masyarakat

³⁸ Sudirman Tebba, "*Sosiologi Hukum Islam*", Cet.ke-1, Yogyakarta: UII Perss, 2003, hal 1

³⁹ Ibid, Hal ix

⁴⁰ M. Amin Abdullah dkk, "*Rekonstruksi Metodologi Ilmu-Ilmu Keislaman*", Cet. Ke-1, Yogyakarta: SUKA-perss, 2003 hal 175-176

- b. Pengaruh perubahan dan perkembangan masyarakat terhadap pemikiran hukum Islam
- c. Tingkat pengamalan hukum agama masyarakat
- d. Pola interaksi masyarakat di seputar hukum Islam
- e. Gerakan atau organisasi masyarakat yang mendukung atau kurang mendukung hukum Islam.⁴¹

Penerapan pendekatan sosiologi dalam studi hukum Islam berguna untuk memahami secara lebih mendalam gejala-gejala sosial di seputar hukum Islam, sehingga dapat membantu memperdalam pemahaman hukum Islam doktrinal, baik pada tatanan hukum azaz maupun normatif, dan pada gilirannya membantu memahami dinamika hukum Islam.⁴²

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini masuk kategori penelitian kancang atau lapangan, karena data diperoleh dari hasil penelitian langsung di PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta. Data yang diteliti hanya berupa konsep pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif analitik. Untuk penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data seteliti mungkin tentang

⁴¹ Ibid, hal 180-181

⁴² Ibid, hal 202-203

manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya.⁴³ Sedangkan analitik, karena hasil penelitian ini akan dilakukan analisis dari perspektif etika pemasaran dalam Islam.

3. Pendekatan Penelitian

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasi, yaitu hubungan antara strategi pemasaran yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dengan mental dan kinerja SDM

4. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁴⁴ Populasi di sini berarti keseluruhan subjek penelitian.⁴⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta . Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sample* atau sampel bertujuan, karena di dalam pengambilan sampelnya peneliti mengambil subyek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi.⁴⁶

Pengambilan sampel dengan teknik bertujuan cukup baik karena sesuai dengan pertimbangan peneliti sendiri, sehingga dapat mewakili

⁴³ Soerjono Soekanto, "Pengantar Penelitian Hukum", cet. Ke-3, Jakarta: UI Perss, 1986, hal 10

⁴⁴ Arikunto Suharsini, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek", Edisi Revisi V, Cet. Ke-12, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, hal 109

⁴⁵ Ibid, hal 108

⁴⁶ Ibid, hal 117

populasi.⁴⁷ Karena strategi pemasaran yang diterapkan di PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dari tahun ketahun tidak banyak mengalami perubahan yang berarti maka sampel diambil dari tahun 2011-2012 sebagai sampel yang berdekatan dengan waktu penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu dialog yang dilakukan oleh pewawancara dengan terwawancara untuk memperoleh informasi sekitar penelitiannya. Wawancara dilakukan dengan kepada pihak-pihak yang terkait dengan pemasaran produk-produk PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta untuk memperoleh data yang akurat yang berhubungan dengan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dalam penelitian ini penyusun melakukan wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE sebagai Kepala Cabang PT. Asuransi Bangun Askrida Yogyakarta dan pegawai di bagian pemasaran.

b. Dokumentasi

Yaitu mencari data mengenai hal-hal yang variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen

⁴⁷ Ibid, hal 118

rapat, dan sebagainya.⁴⁸ Dokumen yang dikumpulkan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, yaitu brosur-brosur produk, situs Askrida, modul pengetahuan dasar Askrida, dan *hand out* yang dikirim melalui *email*.

6. Teknik Analisis Data

Data yang lebih diperoleh dari hasil penelitian, yang berupa hasil wawancara dari dokumen-dokumen dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif, yaitu menganalisis data tanpa mempergunakan perhitungan angka-angka melainkan mempergunakan sumber informasi yang relevan, sehingga gejala yang diteliti dapat dimengerti dan dipahami. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan teknik deduktif dan induktif. Deduktif yaitu pembahasan tentang etika pemasaran perusahaan secara umum dikhususkan dalam praktek pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta. Induktif yaitu pembahasan praktek pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta secara khusus kemudian ditarik kesimpulan dari etika pemasaran perusahaan secara umum.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisannya penelitian ini dibagi ke dalam lima bab, setiap bab terdiri dari beberapa sub bab, yaitu:

Bab Pertama berisi pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka,

⁴⁸ Ibid, hal 206

kerangka teoretik, metode penelitian dan sistematika pembahasan untuk mengarahkan kepada substansi penelitian ini dan sebagai dasar pijakan penyusunan dalam menyusun Tesis.

Bab kedua menjelaskan secara teoretis tentang strategi pemasaran suatu perusahaan secara umum dan etikanya dalam Islam. Pembahasan pada bab ini berisi pengertian strategi pemasaran, pemasaran suatu perusahaan dan etika pemasaran.

Bab Ketiga menggambarkan kondisi umum objek penelitian yang terdiri dari sub bab, yaitu gambaran umum PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta yang berisi sejarah berdiri, visi dan tujuan, konsep dan filosofi serta management team, jenis-jenis produk yang dihasilkan yang berupa produk perorangan dan produk kumpulan, latar belakang pendidikan karyawan dan strategi pemasaran yang diterapkan pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

Bab Keempat berisi implementasi hukum Islam terhadap strategi pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta yang terdiri dari Analisis Implementasi Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dan Analisis Hukum Islam Terhadap Implementasi Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta

Bab Kelima sebagai penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

STRATEGI DAN ETIKA PEMASARAN DALAM ISLAM

A. Pengertian Strategi Pemasaran

Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada. Proses analisis, perumusan dan evaluasi strategi-strategi itu disebut perencanaan strategi. Tujuan utama perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Perencanaan strategi penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Berikut diuraikan pengertian strategi menurut beberapa tokoh:

1. Chalder (1962): strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya.
2. Learned, Cristensen, Andrews dan Guth (1965): strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada.
3. Argyris (1985), Mintzberg (1979), Stainer dan Miner (1977): strategi merupakan respon - secara terus menerus maupun adaptif - terhadap

peluang dan ancaman eksternal secara kekuatan dan kelemahan internal yang dapat mempengaruhi organisasi.

4. Porter (1985): strategi merupakan alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
5. Andrews (1980), Chaffe (1985): strategi adalah kekuatan motivasi untuk *stakeholder*, seperti *stakholders*, *debtholders*, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah dan sebagainya yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.
6. Hamel dan Prahalad (1995): strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi” bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti dalam bisnis yang dilakukan.¹

Seringkali orang menganggap bahwa istilah pemasaran sama dengan penjualan. Penjualan merupakan salah satu dari berbagai fungsi pemasaran. Pemasaran didefinisikan sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan

¹ Freddy Rangkuti, “35 Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21”, Cet Ke-5 (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 1999), hlm 3-4

konsepsi, penentuan harga, proposi dan pendistribusian barang jasa dan ide untuk memuaskan pelanggan dan tujuan perusahaan.² Penjualan dalam kamus bahasa Indonesia kontemporer diartikan sebagai proses, cara atau perbuatan menjual. Bisa juga berarti tempat menjual.³ Penjualan atau dalam bahasa Inggris disebut *selling* adalah memberikan informasi dan mempengaruhi sebuah pasar tentang suatu produk atau jasa serupa dengan promosi.⁴ Dapat juga berarti suatu transfer hak atas benda-benda.⁵

Dalam Islam, penjualan dikenal dengan istilah *bai'ah*. menurut konsep Islam, “menjual” tidak saja berarti menjual sesuatu untuk memperoleh uang tetapi juga mengandung arti membeli segala keperluan dengan uang. Allah SWT telah menggunakan kata *bai'ah* (menjual) dalam arti *syira* (membeli) secara timbal balik dalam al-Quran. Ini merupakan tanda kebijaksanaan yang menyeluruh dari ilmu Allah SWT yang terbukti dalam Quran sebagai berikut:

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

² M. Syakir Sula, “*Asuransi Syariah (life and General): Konsep dan Sistem Operasional*”, 2004 Cet. Ke-1, (Jakarta: Gema Insani Perss, 2004) hal 419

³ Peter Salim dan Yenny Salim, “*Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*”, edisi I (Jakarta: Modern English Press, 1999), hlm. 626

⁴ Anin Widjaja Tunggal, “*Kamus Marketing*”, cet ke-I (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), hlm 121

⁵ Winardi, “*Kamus Ekonomi Inggris Indonesia*”, cet ke-16 (Bandung: Mandar Maju, 1998), hlm 411

Artinya: "Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan *riba*".⁶

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَوَدَّعَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ
اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan sembahyang pada hari jum'at. Maka bersegeralah kamu untuk mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli".⁷

Dalam ayat yang dikutip di atas, kata *ba'ia* (perdagangan) terkadang arti *syira* (beli). Sedangkan untuk menggambarkan kualitas orang muslim.

Allah SWT berfirman:

رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ

Artinya: "Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingat Allah".⁸

Maksud ayat ini adalah bahwa urusan jual-beli tidak menjadikan penjual dan pembeli tidak melupakan urusan mengingat Allah SWT. Allah SWT memang tidak mengizinkan kita meneruskan perdagangan (jual-beli) setelah mendengar panggilan untuk shalat jumat. Dalam hal ini, menjual dan membeli adalah dua fase kejadian dalam satu peristiwa dan yang selain itu

⁶ QS. Al-Baqarah (2): 275

⁷ QS. Al-Jumua (62): 9

⁸ QS. An-Nur (24): 37

dianggap tidak benar. Jadi disini ada pengertian membeli dalam proses menjual atau sebaliknya.

Setiap penjual yang tidak disertai dengan pembelian merupakan perbuatan setengah jadi yang bagian-bagiannya tidak lengkap dan tidak sempurna. Ini disebabkan adanya penumpukan harta dan barang-barang yang tidak dikehendaki. Pemerolehan uang berarti pembeli membayar kepada penjual seharga barang dan penjual dapat membeli barang senilai uang tersebut pada orang ketiga. Lalu membayar kepadanya sejumlah uang senilai barang yang diperjualbelikan. Jika itu tidak dapat dilakukan berarti telah terhalangi peredaran barang dan uang yang secara sosial merusak ekonomi masyarakat dan sangat merugikan individu.⁹

Istilah penjualan sering dihubungkan dengan istilah lain, sehingga membentuk perkataan dengan arti tersendiri. Secara teknis, penjualan dilaksanakan oleh bidang perniagaan sebagai bagian dari pada perusahaan yang memproduksi atau sebagai badan usaha yang berdiri sendiri.¹⁰

Dapat disimpulkan pengertian strategi penjualan/pemasaran adalah alat yang sangat penting untuk memberikan informasi dan mempengaruhi sebuah pasar tentang suatu produk atau jasa sehingga keunggulan bersaing

⁹ Mahmud Abu Saud, "*Garis-Garis Besar Ekonomi Islam*", alih bahasa Achmad Rais, cet, ke-3 (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 35-36

¹⁰ Winardi, "*Istilah Ekonomi dalam 3 Bahasa, Inggris-Indonesia*", cet ke-1 (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 343

dapat tercapai. Dapat pula diartikan sebagai kebijaksanaan umum yang telah digariskan untuk pencapaian sasaran penjualan perusahaan.

B. Pemasaran

Kebanyakan orang tidak menyadari akan kebutuhan asuransi. Bahkan orang yang dikenal membutuhkan asuransi pun harus dimotifasi atau dibujuk agar minta perlindungan asuransi, sedangkan perusahaan berjaja dengan prinsip asuransi. Prinsip asuransi tidak bisa beroperasi secara efektif tanpa ada sejumlah besar resiko (nasabah) dan penyebaran yang luas unit *exposure*. Dengan demikian jika volume bisnis terlalu kecil, perusahaan asuransi tidak akan mampu menanggung resiko. Dalam rangka memperoleh volume bisnis yang besar, penanggung membentuk organisasi pemasaran yang kuat.

Kebanyakan perusahaan mempunyai bagian produksi dan bagian pemasaran. Bagian pemasaran bertugas memasarkan produk yang diproduksi oleh bagian produksi. Tetapi dalam perusahaan asuransi, bagian pemasaran tidak hanya bertugas memasarkan, tetapi juga memproduksinya. Karena itu bagian pemasaran sering juga disamakan dengan bagian produksi. Pemasaran produksi asuransi dilakukan dengan sistem pegawai, melalui sistem pemasaran langsung dan melalui *mass merchandising*.¹¹

1. Sistem Pemasaran Langsung

¹¹ Herman Darmawi, "Manajemen Asuransi", cet, ke-1 (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2000), hlm. 192-193

Banyak perusahaan asuransi mempunyai sistem pemasaran langsung, tanpa melalui perantara. Perusahaan asuransi yang menggunakan sistem pemasaran langsung dikenal sebagai *directwriting*. Perusahaan itu menggunakan tenaga pemasar yang di gaji, atau melalui surat langsung (*directmail*). Perusahaan itu sering pula beroperasi melalui kantor cabang yang mempunyai tenaga pemasar yang menyelenggarakan dan member jasa bisnis di daerah masing-masing.

Tidak semua perusahaan mempunyai sistem pemasaran tunggal. Artinya, dalam suatu daerah tertentu memasarkan langsung, sedangkan pada daerah lain memasarkan melalui agen.

2. Sistem Pemasaran Kesehatan

Walaupun dalam polis asuransi ditulis langsung antara penanggung dan tertanggung (pembeli). Namun sebagian besar memasarkannya melalui pegawai.

Salesman yang disebut dengan pegawai atau *underwriting* menghubungi para konsumen atau nasabah dan melaporkan secara langsung kepada pihak penanggung atau perusahaan asuransi. Kekuasaan seorang pegawai atau *underwriting* terbatas. Karena itu ia tidak dapat disebut *middleman* yang berdiri sendiri. Karena pada dasarnya ia adalah karyawan yang bekerja berdasarkan kontrak dan berada dalam lingkungan serta pengawasan pihak penanggung ataupun wakilnya yang diberi kuasa.

Pegawai umum dalam asuransi kesehatan individu yang biasanya dipekerjakan disuatu wilayah untuk menyewa, melatih dan mengawasi

pegawai yang berada di wilayah tersebut. Pegawai mengumpulkan premi untuk disetorkan dan menyetorkan ke kantor pusat. Biasanya pegawai hanya mewakili satu perusahaan asuransi, dan pada umumnya bekerja dengan sistem gaji dan komisi.

3. Saluran Distribusi Tidak Langsung Asuransi Kerugian

Saluran distribusi yang digunakan oleh mayoritas asuransi kerugian bersifat tidak langsung. Dengan demikian digunakan tenaga *middlemen* dan *wholesaler* seperti dalam pendistribusian produk berwujud untuk menjual produk perusahaan. Sistem itu dikenal dengan istilah *agency system* (sistem keagenan).

Dalam asuransi kerugian, *middlemen* yang dapat dipersamakan dengan *wholesaler* dalam pendistribusian produk berwujud disebut sebagai *general agen*, sementara *retailer* disebut dengan *local agen*. Istilah-istilah itu janganlah dikacaukan dengan istilah yang sama yang digunakan dalam asuransi kerugian.

4. *General Agent* Dalam Pemasaran Asuransi Kerugian

General agent dalam asuransi kerugian (*property insurance*) memiliki kekuasaan yang cukup besar dalam pendistribusian kontrak asuransi. Sekalipun bukan menjadi pemilik produk yang dijualnya seperti halnya *wholesaler* menjadi pemilik barang yang dibelinya dari produsen, *general agent* memiliki *incident of ownership* yang dapat digunakan untuk mencapai maksud yang sama seperti adanya hak pemilikan yang sesungguhnya.

5. Agen local

Seperti halnya *general agent*, agen local dalam asuransi kerugian yang berdiri sendiri, dalam distribusi dikenal sebagai *retailer*. Dia mengadakan kontrak yang terakhir dengan nasabah dari pada umumnya mewakili 10-20 perusahaan asuransi. kepadanya diberikan formulir-formulir yang dibutuhkan dan diberikan kekuasaan untuk menulis kontrak-kontrak asuransi dan selanjutnya menyerahkan kepada pihak yang bertanggung. Agen local “mempunyai hak” atas transaksi yang dilakukan, dalam arti, dia mempunyai hak yang sah untuk melihat arsip para nasabah dan melaksanakan perubahan-perubahan kontrak. Apabila perubahan kontrak tersebut ditolak oleh pihak penanggung maka biasanya agen local akan memperbaharui dengan perusahaan lain. Agen local bekerja atas dasar komisi dan bertanggung jawab untuk mengumpulkan premi, kemudian menyetorkannya ke perusahaan setelah pemotongan komisi.

6. Sistem Kantor Cabang

Adakalanya perusahaan asuransi tidak bekerja melalui *general agent* tetapi berhubungan secara langsung dengan local agent ataupun mendirikan kantor cabang di suatu wilayah yang akan mengadakan hubungan langsung dengan local agent. Pengaturan seperti itu dikenal dengan istilah *the branch office system*. Sistem itu memungkinkan adanya control yang lebih besar oleh penanggung atas pendistribusian kontraknya daripada menggunakan jasa *general agent*.

Penting diperhatikan bahwa sekalipun *general agent* dapat diganti, tetapi pada dasarnya fungsinya saja yang dipindahkan ke tangan kantor cabang, dan mungkin biayanya lebih murah. Kantor cabang melaksanakan tugas-tugas yang sama seperti yang dilakukan oleh *general agent*, tetapi tentu saja kantor cabang hanya mewakili satu perusahaan asuransi. Hal itu berarti dengan system kantor cabang maka perhatian dapat lebih dipusatkan pada masalah yang dihadapi oleh satu perusahaan saja. Di samping itu mengingat manajer kantor cabang bekerja atas dasar gaji tetap maka pengawasan aktivitasnya dapat dilakukan lebih cermat dibandingkan dengan penggunaan *general agent*.¹²

7. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan guna meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi ini pemilik barang atau jasa berusaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang dijualnya. Akan tetapi suatu hal yang tidak baik ialah apabila penjual secara berlebihan memuji-muji padahal mutunya tidak sebaik yang ia katakan.

Promosi dapat dilakukan dengan lima cara:

a. *Personal selling*

Yaitu melalui para penjual, yang dikenal dengan sebutan pramuniaga, wiraniaga atau sales yang mendatangi calon pembeli

¹² Ibid, hlm. 195-198

ke rumah-rumah yang berhadapan langsung dan mempengaruhi calon pembeli dengan segala cara berkomunikasi.

b. Advertising

Yaitu memasang reklame, iklan, brosur, pamflet dan berbagai bentuk lainnya. Reklame berasal dari dua suku kata yaitu *re* dan *clamo*. *Re* artinya berulang-ulang, dan *clamo* artinya berseru. Jadi artinya berseru berulang-ulang. Tujuannya ialah untuk menarik calon pembeli dengan menonjolkan keunggulan barang atau jasa yang dijualnya.¹³

c. Publicity

Yaitu berupa pemuatan berita disurat kabar, radio atau televisi. Berita ini dimuat oleh para wartawan media tersebut, dan tidak dipungut bayaran. Biasanya para pengusaha mengadakan temu wicara atau *pers release* dengan para wartawan kemudian beritanya dimuat di media massa.

d. Sales promotion

Artinya usaha promosi yang dilakukan dengan harapan meningkatkan penjualan dalam jangka pendek. Teknis *sales promotion* ini dapat berbentuk banting harga, jual obral, korting besar, cuci gudang, memberikan hadiah, baik hadiah langsung maupun melalui undian, mengadakan *show* (pertunjukan), mengadakan pasar malam, festival, bazaar dan sebagainya.

¹³ Buchari Alma, "Ajaran Islam Dalam Bisnis", Bandung: CV. Alfabeta, 1993, hlm. 52

e. *Public relation*

Yaitu suatu usaha menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dengan selalu menginformasikan apa yang telah dilakukan oleh lembaga, dan rencana apa yang akan dilaksanakan di masa yang akan datang. Dengan adanya informasi ini maka masyarakat akan menaruh perhatian terhadap lembaga tersebut.¹⁴

Semua metode yang telah dijabarkan di atas dapat dikombinasi sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan. Kombinasi yang paling menuntungkan dari cara-cara penjualan tersebut disebut *sales mix*, seperti, seperti *verkoper-verkoper (personal salesman)*, reklame premi-premi, bonbon untuk ditukar dengan hadiah, penempatan benda-benda di etalase dan aplikasi yang dilakukan oleh para *verkoper*.

Salah satu usaha untuk memajukan penjualan, seperti telah dijelaskan sebelumnya adalah dengan *sales promotion*. Maksudnya yaitu semua usaha yang ditunjukkan kearah perluasan penjualan benda-benda atau jasa dimana diusahakan untuk menarik perhatian publik hingga dapat timbul keinginan untuk membeli pada para konsumen. *Sales promotion* antaranya dapat ditunjukkan kearah menarik pembeli baru, memperluas aktivitas ke pasar-pasar baru, mengusahakan timbulnya kebutuhan akan benda-benda baru, memberikan dorongan kepada para *verkoper*, mengusahakan adanya dorongan pada para *dealer*, mengusahakan dibelinya benda-benda yang

¹⁴ Ibid, hlm. 54-55

kurang laku, mengusahakan agar merk kita mejadi terkenal, mengusahakan timbulnya *goodwill*, memupuk *patronage motives*.

Tindakan *sales promotion* agak sulit dibedakan dengan aktivitas *advertising*, ia mencakup semua teknik yang digunakan untuk memperbanyak jumlah permintaan akan produk tertentu. Di lain pihak perlu diingat bahwa *advertising* merupakan suatu motivasi penjualan yang *relative permanen*, sedang *sales promotion* pada umumnya berkaitan dengan teknik-teknik jangka pendek.¹⁵

C. Etika Pemasaran

Istilah etika diartikan sebagai suatu perbuatan standar (*standar of conduct*), yang memimpin individu dalam membuat keputusan. Orang-orang bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya di masyarakat. Harus ada etika dalam menggunakan sumber daya tersebut, apa akibat dari proses negosiasi yang ia lakukan. Diharapkan orang bisnis, memiliki standar etika yang tinggi di masyarakat, yang selalu mengawasi kegiatan mereka.

Banyak istilah lain yang senada dengan etika yaitu, akhlaq, budi pekerti, menghargai, tabiat, moral, sopan santun, adab dan sebagainya. Perkataan akhlak berasal dari bahasa Arab, yang diartikan sama dengan budi pekerti, parangai, tingkah laku atau tabiat. Pengertian akhlak ialah ilmu yang

¹⁵ Winardi, "Kamus Ekonomi Inggris Indonesia", cet ke-16 (Bandung: Mandar Maju, 1998), hlm 412-413

menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan yang tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin.

Etika berasal dari bahasa Yunani "*ethos*" yang berarti adat kebiasaan yang merupakan bagian dari filsafat. Menurut Webster Dictionary, etika ialah ilmu tentang tingkah laku manusia, prinsip-prinsip yang di sistematisir tentang tindakan perihal. Letak perbedaan akhlaq dan etika ialah etika merupakan cabang dari filsafat yang bertitik tolak dari akal fikiran, sedangkan akhlak ialah sesuatu ilmu pengetahuan yang mengajarkan mana yang baik dan mana yang buruk berdasarkan ajaran Allah dan Rasul-Nya.

Selanjutnya moral berasal dari latin *mores* yang berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum. Dalam bahasa Indonesia moral di terjemahkan dalam susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Terdapat persamaan antara etika dan moral, namun ada pula perbedaannya yaitu etika lebih banyak bersifat teori, dan moral lebih banyak bersifat praktis, etika merupakan tingkah laku manusia secara umum (*universal*) sedangkan moral bersifat lokal, lebih khusus.¹⁶

1. Etika Pemasaran Menurut Yusuf Qardhawi

Pada dasarnya, dalam melakukan suatu bisnis, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Penjualan yang Islami pun terdapat norma, etika

¹⁶ Buchari Alma, "*Ajaran Islam Dalam Bisnis*", Bandung: CV. Alfabeta, 1993, hlm. 53-

dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi bisnis Islam yang bersih. Norma dan etika penjualan itu adalah:

- a. Menegakan larangan memperdagangkan barang atau jasa yang diharamkan

Islam melarang segala bentuk jual beli barang atau jasa yang diharamkan, baik dengan cara membeli, menjual, memindahkan atau cara apa saja untuk memudahkan peredarannya. Ikut mengedarkan berarti ikut bekerja sama dalam perbuatan dosa atau melakukan pelanggaran yang dilarang oleh Allah SWT dan dikecam dalam al-quran, firman-Nya.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

الْبَعْثِ إِلَى الْأَرْضِ النَّاصِيَةِ

Artinya: "Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa, dan jangan tolong-menolonglah dalam berbuat dosa dan pelanggaran".¹⁷

- b. Bersikap benar, amanah dan jujur

Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin. Bahkan ciri para Nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaiknya, bohong dan dusta adalah bagian dari sikap orang munafik, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, dalam hadits disampaikan, Rasulullah SAW Bersabda:

¹⁷ QS. Al-Maidah (5): 2

Artinya: “Pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para nabi, orang-orang benar (shiddiqin) dan para shuhada”.¹⁸

Dusta dalam berdagang sangat dikecam, terlebih jika diiringi sumpah atas nama Allah SWT. Menurut syariat, banyak bersumpah dalam berdagang adalah makruh, karena mengandung unsur merendahkan nama Allah SWT dan dikhawatirkan menjerumuskan seseorang ke dalam dusta.

Zaman sekarang, untuk mempromosikan komoditi dagangannya, orang menggunakan sarana iklan. Pengaruh iklan lebih besar dari pada pengaruh keimanan di dalam hati manusia. Umat manusia banyak dikelabui oleh iklan yang memikat, baik yang disampaikan dalam bentuk tulisan, lisan maupun gambar. Ciri pedagang yang lurus adalah mereka yang jika menjual tidak memuji barang dagangannya dan jika membeli tidak mencela barang beliannya.

Amanat adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harta maupun upah, Allah SWT berfirman:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu)

¹⁸ M. Zuhri dkk, “Terjemah Sunan At-Tirmidzi”, Jilid 2 (Semarang: CV. Asy-Syifa, 1992), hlm. 561

apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil”¹⁹.

Dalam berdagang, dikenal istilah “menjual dengan amanat” seperti “*murabahah*”. Maksudnya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Amanat bertambah penting pada saat seseorang membentuk serikat dagang, melakukan bagi hasil (*mudharabah*) atau menitipkan barang untuk menjalankan proyek yang telah disepakati bersama (*wakalah*). Pihak yang lain percaya dan memegang janji demi kemaslahatan bersama. Jika salah satu pihak menjalankannya hanya demi kemaslahatan pihaknya, maka ia telah berkhianat.

Seorang pedagang harus bersikap jujur, dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya dengan cara menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli.

Lawan sifat jujur adalah menipu, yaitu menonjolkan keunggulan barang tetapi menyembunyikan cacatnya. Penjual juga harus bersikap jujur dalam menetapkan harga kini dan tidak menyembunyikannya. Penjual juga dilarang melipatgandakan harga dalam jual beli dalam kebiasaan yang berlaku.

c. Menegakan keadilan dan mengharamkan bunga

¹⁹ QS. An-Nisa (4): 58

Adil merupakan norma paling utama dalam seluruh aspek perekonomian. Kebalikan dari sifat adil adalah sifat dzalim. Allah SWT menyukai orang yang bersikap adil dan sangat memusuhi ke dzaliman, bahkan melaknatnya, Allah SWT berfirman:

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ
وَيَقُولُ لَا شَٰهَدَٰتُ هَٰؤُلَاءِ ٱلَّذِينَ كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ ٱلَّا لَعْنَةُ ٱللَّهِ
عَلَى الظَّٰلِمِينَ ﴿١٠٨﴾

Artinya: “Dan siapakah yang lebih dzalim daripada orang yang membuat-buat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka. Dan para saksi akan berkata: “orang-orang inilah yang elah berdusta terhadap Tuhan mereka “ ingatlah kutukan Allah (ditimpkan) atas orang-orang yang dzalim”.²⁰

Islam mencegah penjualan sesuatu yang tidak jelas rupa dan sifatnya (*bai'ul gharar*) karena ketidaktahuan terhadap kondisi suatu barang itu merugikan satu pihak dan bisa menimbulkan kezaliman. Demikian pula dilarang mengadakan muamalah yang didalamnya terdapat unsur penipuan. Jika kadar penipuan tidak terlalu besar mungkin masih bisa dimaklumi, tetapi kalau sangat besar maka tidak bisa ditolerir. Di antara tanda keadilan adalah haramnya bermuamalah dengan riba, sebagaimana firman Allah SWT berikut:

²⁰ QS. Hud (11): 8

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلُمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya : “Maka jika kamu tidak mengejakan (meninggalkan sisa riba) maka ketahuilah, bahwa allah dan rasul-nya akan memerangimu dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba) maka bagimu pokok hartamu, kamu menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”.²¹

Ayat ini membuktikan bahwa dasar pelanggaran riba ialah terdapatnya unsur kezaliman pada kedua belah pihak.

Salah satu ciri keadilan adalah tidak memaksa manusia membeli barang dengan harga tertentu jika mekanisme pasar berjalan normal. Tidak boleh ada monopoli, permainan harga serta cengkeraman yang bermodal kuat terhadap orang kecil yang lemah.

d. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli

Kasih sayang dijadikan lambing dari risalah Muhammad saw, Allah SWT berfirman:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ ﴿١٧﴾

Artinya: “Dan tiadalah kami mengutus kamu melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam”.²²

²¹ QS. Al-Baqarah (2): 279

²² QS. Al-Anbiya (21): 107

Islam mewajibkan mengasahi dan menyayangi manusia dan seorang pedagang janganlah perhatian utamanya dan tujuan usahanya hanya untuk mengeruk keuntungan sebesar-besarnya.

Praktek monopoli bersumber dari egoisme dan kekerasan hati terhadap manusia. Pelaku monopoli menambah kekayaan dengan mempersempit kehidupan orang lain. Monopoli hanya mementingkan kemaslahatan pribadi tanpa menghiraukan bahaya yang menimpa masyarakat.

e. Menegakkan toleransi dan persaudaraan

Salah satu moral terpuji adalah sikap toleran dan menjauhkan praktek eksploitasi. Jabir bin Abdullah meriwayatkan bahwa Nabi saw bersabda, *“Allah mengasahi hamba-Nya yang bersikap toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran ketika menuntut haknya (menagih hutang).”* Mengundurkan waktu penagihan utang termasuk sikap toleran, yang memberikan kesempatan kepada pengutang untuk melunasinya dengan sempurna, Allah SWT berfirman:

وَإِنْ كَانَتْ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ
إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *“Dan jika (orang berhutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”*.²³

²³ QS. Al-Baqarah (2): 280

Salah satu etika yang harus dijaga adalah menjaga hak orang lain demi terpeliharanya persaudaraan. Islam menganjurkan kepada pedagang agar bersedekah semampunya untuk membersihkan pergaulan mereka dari tipu daya, sumpah palsu dan kebohongan.

- f. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat

Salah satu moral yang tidak boleh dilupakan meskipun telah meraih keuntungan melalui perdagangan dan transaksi, ialah tidak lupa kepada Allah SWT. Ia tidak lupa menegakkan syariat Islam, Allah SWT berfirman:

فِي بُيُوتٍ أُذِنَ لِلَّهِ أَنْ تُرْفَعَ وَيُذْكَرَ فِيهَا أَسْمُهُمْ يُسَبِّحُ لَهُ فِيهَا بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ ﴿٦٠﴾ رِجَالٌ لَا تُلْهِيهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ

الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ ﴿٦١﴾

Artinya: "Bertasbihlah kepada Allah di masjid-masjid yang telah diperintahkan untuk dimuliakan dan disebut nama-Nya di dalamnya, pada waktu pagi dan waktu petang, laki-laki yang tidak dilalaikan dengan perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang".²⁴

Ia bekerja untuk melangsungkan kehidupannya dengan menjual, membeli dan menawarkan jasa. Tujuh hal yang perlu diperhatikan dalam perdagangan adalah meluruskan niat hanya untuk mengharapkan ridha-Nya, melaksanakan *fardhu kifayah*,

²⁴ QS. An-Nur (24): 36-37

memperhatikan pasar akhirat (masjid) baik dengan cara berdzikir, bertasbih atau bertahmid di masjid, terus berdzikir, puas dan tidak terlalu rakus, menghindari *syubhat* dan selalu melakukan pengawasan dan introspeksi terhadap setiap kerja sama yang dilakukan.²⁵

2. Etika Bisnis MQ

Dalam bisnis yang baik dan ingin mendapat ridho dari Allah maka haruslah menjunjung nilai-nilai etika dan moral ini sehingga usaha dan hasil dari usaha yang ia lakukan merupakan hasil yang bersih dan mendapat berkah baik di dunia maupun di akhirat.²⁶ Abdullah Gymnastiar dalam bukunya "Etika Bisnis MQ", memaparkan etika bisnis yang berkah, sebagai berikut:

a. Sedikit untung banyak laku

Setiap orang tentu ingin mendapatkan keuntungan. Dalam bisnis, selain produsen, konsumen juga ingin meraih keuntungan. Karenanya, bisnis yang paling menguntungkan adalah bisnis yang membuat semakin banyak orang merasa diuntungkan.

b. Mudah dan menyenangkan

Jangan pernah mempersulit dan memperumit orang lain ketika bertransaksi, apalagi jika kita bisa dengan mudah menyelesaikannya.

²⁵ Yusuf Qhardawi, "Norma dan Etika Ekonomi Islam", Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Cet. Ke-1, (Jakarta: Gema Insani perss, 1997) hlm. 173-199

²⁶ Buchari Alma, "Ajaran Islam Dalam Bisnis", Bandung: CV. Alfabeta, 1993, hlm. 50-

Buat suasana yang mudah dan menyenangkan dalam setiap transaksi bisnis yang kita lakukan.

c. Jujur

Kejujuran adalah harga mati yang harus dilakukan seseorang apabila ingin usahanya berkah. Kejujuran adalah harga diri, kehormatan dan kemuliaan bagi siapa pun yang berpegang teguh kepadanya.

d. Tepat janji

Janji adalah hutang. Tidak ada kata lain yang ingin bisnisnya berkah, selain harus sekuat-kuatnya menepati janji, dalam kondisi dan serumit apa pun ia harus tetap ditepati.

e. Amanah

Amanah adalah salah satu dari sifat-sifat mulia yang perlu diterapkan dalam transaksi bisnis yang kita lakukan.²⁷ Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apa pun aktivitas yang dilakukan selalu diketahui oleh Allah (*ikhsan*).²⁸

f. Bertadabur zikir dan doa

Lakukan aktivitas bisnis dengan tetap mengingat Allah. Dengan banyak berdzikir kepada Allah, niscaya transaksi bisnis apapun yang kita lakukan akan jauh lebih bermakna. Buah dari bertaburnya dzikir dalam bisnis akan menjadi semacam rem dalam perilaku bisnis yang

²⁷ Abdullah Gymnastiar, *Etika Bisnis MQ: "Kejujuran, Kebersihan Hati, Kebermanfaatan"*, cet ke-2 (Bandung: MQS Publisinf, 2004), hlm. 28-30

²⁸ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *"Menggagas Bisnis Islam"*, cet, ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm 105

kita lakukan sehingga sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasul-Nya. Taburan pula doa. Doa adalah senjata orang beriman. Doa akan membukakan jalan kemudahan, jalan pertolongan dan jalan kebaikan kepada kita.

g. Sedekah melimpah

Sedekah adalah penolak bala dan pelipat ganda rezeki. Bersedekah adalah hal yang sangat dianjurkan, tentunya setelah yang wajib, seperti zakat, sudah ditunaikan.²⁹

Umat Islam menjadikan akhlak sebagai energi batin yang terus menyala dan mendorong setiap langkah kehidupannya dalam koridor jalan yang lurus, karena budaya islami bertumpu pada akhlakul karimah. Ciri-ciri orang yang mempunyai dan menghayati kerja akan tampak dalam sikap dan tingkah lakunya yang dilandaskan pada suatu keyakinan yang sangat mendalam bahwa bekerja itu ibadah dan berprestasi itu indah.

3. Ciri-ciri muslim yang mempunyai etos kerja

Beberapa ciri muslim yang mempunyai etos kerja adalah sebagai berikut:

a. Kecanduan terhadap waktu

Salah satu esensi dan hakikat dari etos kerja adalah cara seseorang menghayati, memahami dan merasakan betapa berharganya waktu.

Waktu adalah asset Ilahiyah yang sangat berharga, adalah ladang subur yang membutuhkan ilmu dan amal untuk diolah serta dipetik pada

²⁹ Abdullah Gymnastiar, *Etika Bisnis MQ: "Kejujuran, Kebersihan Hati, Kebermanfaatan"*, cet ke-2 (Bandung: MQS Publisinf, 2004), hlm. 31-32

waktu yang lain. Waktu adalah kekuatan. Bila kita memanfaatkan waktu, kita sedang berada diatas jalan keberuntungan. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Alquran:

وَالْعَصْرِ ۝١ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكْفُورٌ ۝٢ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ۝٣

Artinya: “Demi masa sesungguhnya manusia itu benar-benar berada dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasihat menasihati supaya mentaati kebenaran dan nasihat menasihati supaya menetapi kesabaran”.³⁰

Seorang muslim bagaikan kecanduan waktu, tidak mau ada waktu yang hilang dan terbuang tanpa makna. Waktu adalah rahmat yang tak terhitung yang merupakan rasa tanggung jawab yang sangat besar atas kemuliaan hidupnya.

b. Memiliki moralitas yang bersih (ikhlas)

Salah satu kompetensi moral yang dimiliki seorang yang berbudaya kerja islami adalah nilai keikhlasan. Ikhlas mempunyai arti bersih, murni (tidak terkontaminasi). Mereka memandang tugasnya sebagai pengabdian, sebuah keterpanggilan untuk menunaikan tugas-tugas sebagai salah satu bentuk amanah yang seharusnya demikian mereka lakukan. Sikap ikhlas bukan hanya *output* dari cara darinya melayani, melainkan juga sikap input, atau masukan yang membentuk kepribadiannya didasarkan pada sikap yang bersih. Ikhlas merupakan

³⁰ QS. Al-Ashr (103): 1-3

energi batin yang akan membentengi diri dari segala bentuk yang kotor,
Allah SWT berfirman:

وَالرُّجْزَ فَاهْجُرْ

Artinya: “Dan perbuatan dosa (menyembah berhala) tinggalkan”.³¹

c. Kecanduan kejujuran

Di dalam jiwa seorang yang jujur terdapat komponen nilai ruhani yang memantulkan berbagai sikap yang berpihak kepada kebenaran dan sikap moral yang terpuji. Perilaku yang jujur adalah perilaku yang diikuti oleh sikap tanggung jawab atas apa yang diperbuatnya tersebut atau integritas. Keikhlasan dan kejujuran saja tidaklah cukup, dibutuhkan pula nilai pendorong lainnya, yaitu integritas. Budaya kerja yang islami sangat pendorong untuk melahirkan seorang yang professional sekaligus memiliki integritas yang tinggi.

d. Memiliki komitmen (aqidah, akad, itikad)

Komitmen adalah keyakinan yang mengikat (akad) sedemikian kukuhnya sehingga membelenggu seluruh hati nuraninya dan kemudian menggerakkan perilaku menuju arah tertentu yang diyakininya (itikad). Penelitian menunjukkan bahwa pegawai yang dimiliki komitmen tinggi kepada perusahaan merupakan orang yang paling rendah tingkat

³¹ QS. Al-Muddatsir (74): 5

stresnya dan dilaporkan bahwa mereka yang berkomitmen itu merupakan orang yang paling merasakan kepuasan dari pekerjaan itu.

Daniel Goldman, penulis buku *working with emotional intelligence*, mengidentifikasi ciri orang yang berkomitmen antara lain siap berkorban demi pemenuhan sasaran perusahaan yang lebih penting, merasakan dorongan semangat dalam misi yang lebih besar dan menggunakan nilai-nilai kelompok dalam pengambilan keputusan dan penjabaran pilihan-pilihan. Komitmen bertanggung sebuah tekad, keyakinan yang dilahirkan bentuk vitalitas yang penuh gairah. Mereka yang memiliki komitmen tidak pernah menyerah.

e. Kuat pendirian (*istiqomah*)

Pribadi muslim yang profesional dan berakhlak memiliki sikap konsisten, yaitu kemampuan untuk bersikap secara taat atas, pantang menyerah, dan mampu mempertahankan prinsip serta komitmennya walau harus berhadapan dengan resiko yang membayangkan dirinya. Sikap konsisten telah melahirkan kepercayaan diri yang kuat dan memiliki integritas serta mampu mengelola stres dengan tetap penuh gairah. Mereka yang mampu mengelola stres dengan tabah dan keuletan, memandang tekanan bukan sebagai beban, melainkan tantangan yang menyenangkan dan memandang perubahan sebagai kesempatan untuk berkembang, ternyata lebih mampu mengatasi kesulitan, lebih adaptif dan berhasil.

Seorang yang istiqomah tidak mudah berbelok arah. Istiqomah berarti berhadapan dengan segala rintangan masih tetap berdiri. Konsisten berarti tetap menapaki jalan yang lurus walaupun sejuta halangan menghadang.

f. Kecanduan disiplin

Disiplin yaitu kemampuan untuk mengendalikan diri dengan tenang dan tepat taat walaupun dalam situasi yang sangat menekan. Pribadi yang disiplin sangat berhati-hati dalam mengelola pekerjaan serta penuh tanggung jawab memenuhi kewajibannya. Disiplin adalah masalah kebiasaan.

g. Konsekwen dan berani menghadapi tantangan (*challenge*)

Pribadi muslim yang memiliki budaya kerja adalah keberanian menerima konsekwensi dan keputusannya. Orang yang konsekuen mempunyai kemampuan untuk melakukan pengendalian dan mengelola emosi menjadi daya penggerak positif untuk tetap semangat menapaki keyakinannya. Tidak ada keberhasilan kecuali dengan usaha yang sungguh-sungguh walaupun terkadang menyakitkan.

h. Memiliki sikap percaya diri

Percaya diri melahirkan kekuatan, keberanian dan tegas dalam bersikap. Berani mengambil keputusan yang sulit walaupun harus membawa konsekuensi berupa tantangan atau penolakan. Pribadi muslim yang percaya diri tampil bagaikan lampu yang benderang, memancarkan raut wajah yang cerah dan berkharisma. Sikap percaya diri terlihat dari

beberapa ciri kepribadiannya, antara lain: mereka berani menyatakan pendapat atau gagasannya sendiri walaupun beresiko tinggi, mampu menguasai emosi dan memiliki independensi yang sangat kuat sehingga tidak mudah terpengaruh oleh sikap orang lain walaupun pihak lain adalah mayoritas.

Seorang yang memiliki prinsip dan terus berpihak pada hati nuraninya senantiasa memperoleh kemenangan. Kebahagiaan tidak terletak pada ukuran-ukuran orang lain, tetapi pada prinsip yang diyakini.

i. Kreatif

Pribadi muslim yang kreatif selalu ingin mencoba metode atau gagasan baru dan asli sehingga diharapkan hasil kinerja dapat dilaksanakan secara efisien tetap efektif. Daniel Goldman merangkum ciri orang yang kreatif sebagai berikut: kuatnya motivasi untuk berprestasi, setia kepada visi dan sasaran perusahaan atau kelompok (komitmen), inisiatif dan optimis.

j. Tipe orang yang bertanggung jawab

Untuk menumbuhkembangkan para karyawan yang amanah, dibutuhkan paradigma, sikap mental serta berfikir yang benar-benar menghujam kedalam qalbu. Sikap tersebut dikenal dengan kata takwa. Takwa merupakan bentuk rasa tanggung jawab yang dilaksanakan dengan penuh rasa cinta dengan menunjukkan amal prestatif di bawah semangat mengharap ridha Allah SWT, sehingga ada yang mendorong

pembuktian atau menunaikan amanah sebagai rasa tanggung jawab yang mendalam atas kewajiban-kewajiban kita sebagai hamba.

k. Bahagia karena melayani

Melayani atau menolong seseorang merupakan bentuk kesadaran dan kepeduliannya terhadap nilai kemanusiaan. Seseorang yang amanah adalah orang yang menjadikan dirinya sibuk member pelayanan. Merasa bahagia dan memiliki makna apabila hidupnya dipenuhi dengan pelayanan. Pribadi muslim yang seharusnya professional dan berakhlak akan menjadikan setiap gerakannya adalah pelayanan yang berkualitas sehingga orang yang ada di sekitarnya merasakan kedamaian.

l. Memiliki harga diri

Harga diri yaitu penilaian menyeluruh mengenai diri sendiri, sebagaimana ia menyukai pribadi. Harga diri mempengaruhi kreativitasnya, apakah menjadi seorang pemimpin atau pengikut.

m. Memiliki kepemimpinan (*leadership*)

Memimpin berarti mengambil peran secara aktif untuk mempengaruhi dirinya sendiri dan memberikan inspirasi teladan bagi orang lain. Kepemimpinan berarti kemampuan untuk mengambil posisi dan sekaligus memainkan peran sehingga kehadirannya memberikan pengaruh pada lingkungannya. Seorang pemimpin adalah seorang yang mempunyai personalitas yang tinggi. Dia larut dalam keyakinannya, tetapi tidak segan untuk menerima kritik bahkan mengikuti apa yang terbaik.

Pribadi muslim yang memiliki etos kerja mempunyai pandangan ke depan. Gagasan pikirannya melampaui zamannya sehingga ia pantas disebut sebagai pemimpin yang memiliki pandangan ke depan.

n. Berorientasi ke masa depan

Seorang muslim harus menetakan sesuatu yang jelas dan seluruh tindakannya diarahkan kepada tujuan yang telah ditetapkan. Kehidupan muslim tidak hanya menjalani hidup secara apa adanya, benar-benar direncanakan, terarah dan memiliki tujuan yang jelas. Rasulullah SAW bersabda, *“Bekerjalah untuk duniamu seakan-akan engkau akan hidup selama-lamanya dan beribadahlah untuk akhiratmu seakan-akan engkau akan mati besok”*

o. Hidup berhemat dan efisien

Orang yang berhemat adalah orang yang mempunyai pandangan jauh ke depan, Allah SWT berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَّاتَّقُوا اللّٰهَ
اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah di perbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”*.³²

هُوَ الَّذِيْۤ اَنْزَلَ مِنَ السَّمَآءِ مَآءً لَّكُم مِّنْهُ شَرَابٌۢ وَمِنْهُ شَجْرٌۢ فِيْهِ

³² QS. Al-Hasyr (59): 18

تَسِيمُونَ ﴿٥٦﴾ يُنْبِتُ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ

وَمِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿٥٧﴾

Artinya: “Dia-lah yang telah menurunkan air hujan dari langit untuk kamu, sebagiannya menjadi minuman dan sebagiannya (menyuburkan) tumbuh-tumbuh, yang ada (tempat tumbuhnya) kamu mengembalakan ternakmu dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman, zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan”.³³

Dia berhemat bukan karena ingin menumpuk kekayaan sehingga melahirkan sifat kikir, tetapi untuk mengestimasi apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

Efisien berarti melakukan segala sesuatu secara benar, tepat dan akurat.

p. Memiliki jiwa wiraswata (*entrepreneurship*)

Artinya kesadaran dan kemampuan yang sangat mendalam untuk melihat segala fenomena yang ada di sekitarnya, merenung, dan kemudian bergelora semangatnya untuk mewujudkan setiap perenungan batinnya dalam bentuk yang nyata dan realistis, nuraninya sangat halus dan tanggap terhadap lingkungan dan setiap tindakannya di perhitungkan dengan laba-rugi. Manfaat, atau mudarat. Orang yang memiliki jiwa wiraswasta adalah mereka yang selalu melihat setiap sudut kehidupan sebagai peluang.

q. Memiliki insting bertanding (*fastabiqul khairat*)

³³ QS. An-Nahl (16): 10-11

Panggilan untuk bertanding dalam segala lapangan kebajikan dan meraih prestasi, dihayatinya dengan rasah penuh tanggung jawab, Allah SWT berfirman:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ^{٣٤}

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang dia menghadap kepadanya maka belomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan”.³⁴

Ciri pribadi muslim yang mempunyai etos kerja islami tidak pernah menyerah pada kegagalan jika gagal, ia akan segera bangkit untuk melawan lebih tangguh dan keluar sebagai pemenang.

r. Keinginan untuk mandiri (*independent*)

Daya inovasi dan kreativitas hanyalah terdapat pada jiwa yang mereka, sedangkan jiwa yang terjajah akan terpuruk pada penjara nafsunya sendiri, sehingga ia tidak pernah mampu mengaktualisasikan aset, kemampuan serta potensi ilahiyahnya yang sangat besar nilainya.

s. Kecanduan belajar dan harus mencari ilmu

Seseorang yang mempunyai wawasan keilmuan tidak pernah cepat menerima sesuatu sebagai *taken for granted*. Dia sadar tidak boleh ikut-ikutan tanpa pengetahuan karena seluruh potensi dirinya suatu saat akan diminta pertanggungjawaban dari Allah SWT.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ

³⁴ QS. Al-Baqarah (2): 148

كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٥﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya, sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati semuanya itu akan diminta pertanggungjawabnya”.³⁵

Sikap orang yang berilmu adalah cara dirinya berhadapan dengan lingkungan kritis dan mampu melakukan analisis yang tajam terhadap fenomena yang berada di sekitarnya, sehingga ia tidak pernah terkecoh oleh gejala-gejala yang tidak di dukung oleh persyaratan yang tepat dan benar serta proporsional.

t. Memiliki semangat perantauan

Ciri pribadi muslim yang memiliki etos kerja adalah suatu dorongan untuk melakukan perantauan. Mereka ingin menjelajahi hamparan bumi, memetik hikmah, mengambil pembelajaran dari berbagai peristiwa budaya manusia. Jika perantauannya mengantarkan dirinya untuk mampu mandiri menyesuaikan diri dan pandai menyimak dan menimbang budaya orang lain, menyebabkan dirinya berwawasan universal, Allah SWT berfirman:

وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَالْوَالِدِكُمْ

إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ ﴿٣٦﴾

Artinya: “Dan diantara tanda-tanda kekuasaan-Nya ialah menciptakan langit dan bumi dan berlain-lainan bahasamu dan warna kulitmu.

³⁵ QS. Bani Israil (17): 36

*Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang mengetahui”.*³⁶

Wawasannya yang luas mendorong dirinya lebih realistis dalam membuat perencanaan dan tindakan

u. Memperhatikan kesehatan dan gizi

Jasad mempunyai hak atas diri kita yang harus dipelihara dan diperhatikan sesuai dengan ukuran-ukuran normatif kesehatan. Etos kerja seorang muslim sangat erat kaitannya dengan cara dirinya memelihara kebugaran dan kesegaran jasmaninya salah satu syarat menjadi sehat adalah cara dan cirri dirinya untuk memilih dan menjadikan konsumsi makannya yang segat dan bergizi. Sehingga dapat menunjang dinamika kehidupan dirinya dalam mengemban amanah, Allah SWT berfirman:



فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ

Artinya: *”Maka hendaknya manusia itu memperhatikan makanannya”.*³⁷

Kesehatan merupakan salah satu kekayaan yang tidak ternilai, sehingga merupakan kewajiban setiap orang untuk memeliharanya dengan baik.

v. Tanggung dan pantang menyerah

Keuletan merupakan modal yang sangat besar dalam menghadapi segala tantangan dan tekanan, Allah SWT berfirman:

³⁶ QS. Ar-Rum (30): 22

³⁷ QS. “Abasa (80): 24

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا

اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٦﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.³⁸

Sikap istiqomah, kerja keras tangguh dan ulet akan tumbuh sebagai bagian dari kepribadian diri kita, seandainya kita mampu dan gemar hidup dalam tantangan.

w. Berorientasi pada produktivitas

Seorang muslim harus menghadirkan diri dari sikap mubazir, sehingga tumbuh sikap yang konsekuen dalam bentuk perilaku yang selalu mengarah pada cara kerja yang efisien. Sikap seperti ini merupakan modal dasar dalam upaya untuk menjadikan dirinya sebagai manusia yang selalu berorientasi pada nilai-nilai produktif.

x. Memperkaya jaringan silaturahmi

Bersilaturahmi berarti membuka peluang dan sekaligus mengikat simpul-simpul informasi dan menggerakkan kehidupan, pribadi yang memiliki etos kerja akan menjadikan silaturahmi sebagai salah satu ruh pengembangan dirinya. Silaturahmi mempunyai tiga keuntungan bagi kita, memberikan nilai ibadah, apabila dilakukan dengan kualitas

³⁸ QS. An-Nisa (4): 9

akhlak yang mulia akan memberikan impresi bagi orang lain sehingga di kenang dan yang ketiga dapat memberikan satu alur informasi yang memberikan peluang dan kesempatan usaha.

y. Memiliki semangat perubahan (*spirit of change*)

Pribadi yang memiliki etos kerja sangat sadar bahwa tidak akan ada satu makhluk pun yang mampu mengubah dirinya kecuali dirinya sendiri.³⁹

Allah SWT berfirman:



Artinya: *Sesungguhnya allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.*⁴⁰

Sudah seharusnya seorang muslim yang terjun di dunia bisnis memegang etika-etika bisnis diatas agar pekerjaannya menjadi barokah dan professional bidang yang digelutinya. Islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja dibidang apapun haruslah bersikap profesional. Inti profesionalisme setidaknya dicirikan oleh tiga hal: 1). *Kafalah*, yaitu cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan, dapat diperoleh melalui pendidikan, pelatihan dan pengalaman. 2). *Himmatul amal*, yakni memiliki semangat atas etos kerja yang dapat diraih dengan jalan menjadikan

³⁹ KH. Toto Tasmara, "Membudayakan Etos Kerja Islami", cet, ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), hlm. 73-134

⁴⁰ QS. Ar-Ra'd (13): 11

motivasi ibadah sebagai pendorong utama dalam bekerja di samping motivasi ingin mendapatkan penghargaan (*reward*) dan menghindari hukuman (*punishment*), 3). *Amanah*, adalah bertanggung jawab dan terpercaya dalam menjalankan setiap tugas atau kewajibannya yang diperoleh dengan menjadikan tauhid sebagai unsur pengontrol tingkah laku.⁴¹

Perusahaan yang bergerak di bidang barang maupun jasa harus memiliki cara bisnis yang Islami, apalagi perusahaan yang berlandaskan Islam. Asuransi Askrida Syariah, salah satu perusahaan berlandaskan syariah Islam yang bergerak di bidang jasa juga menerapkan etika bisnis yang Islami bagi para karyawannya.

Selain berpegang pada etika bisnis yang Islami, seorang karyawan juga perlu memperhatikan bagaimana cara atau kiat menjual produk/jasa yang ditawarkan agar calon nasabah menjadi tertarik dan akhirnya berminat untuk menjadi nasabah.

4. Cara atau kiat menjual produk

- a. Pastikan bahwa produk/jasa yang ditawarkan adalah sesuatu yang istimewa, sehingga seluk-beluk informasi tentang produk (manfaat, keandalan teknologi, fasilitas jasa, layanan dan lain-lain) seta

⁴¹ M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, "*Mengagas Bisnis Islam*"

perusahaan mutlak harus dikuasai secara matang. Gunakan alat bantu pertanyaan 4WIH

- 1) *What*, apa produk/jasa yang akan di tawarkan?
 - 2) *Why*, mengapa harus memakai produk/jasa ini? Mengapa tidak yang lain?
 - 3) *How*, bagaimana menggunakan produk/jasa ini dengan segala keistimewanya?
 - 4) *Who*, siapa yang memproduksinya? (dengan keunggulan komparatif dan kompetitifnya)
 - 5) *Whom*, siapa (konsumen) yang layak menggunakannya?
- b. Persiapan *sales presentation* sematang mungkin. Hal ini perlu direncanakan mengingat:
- 1) Waktu yang dimiliki pembeli potensial terbatas
 - 2) Kegagalan merencanakan = merencanakan kegagalan
 - 3) Untuk mengantisipasi kemungkinan penolakan, hambatan birokrasi, dan lain-lain
 - 4) Untuk menentukan urutan kunjungan yang tepat
 - 5) Memudahkan monitoring terhadap setiap hasil presentasi penjualan

Agar membawa *impact*, sajikan produk/jasa anda dengan IMPACT

- 1) *Integrity*, bawakan produk/jasa anda dengan menunjukkan kepribadian diri yang jelas, *be your self*

- 2) *Manners*, bawakan produk/jasa anda dengan bersikap empati kepada pembeli potensial
 - 3) *Personality*, bawakan produk/jasa anda secara orisinal dalam gagasan dan nilai
 - 4) *Appearance*, bawakan produk/jasa anda dengan tampilan *be the best*
 - 5) *Consideration*, bawakan produk/jasa anda dengan memahami sudut pandang calon pembeli
 - 6) *Tacks*, bawakan produk/jasa anda dengan taksis, *think before tack*
- c. Persiapkan “sejuta” teknik untuk mengatasi keberatan/penolakan dari pembeli potensial anda. Umumnya, keputusan untuk membeli ataupun menolak didasarkan atas hal-hal berikut:

- 1) Kebutuhan akan suatu produk. Keberatan akan hal ini akan dapat diatasi misalnya dengan memberikan data perbandingan keunggulan dengan produk lainnya.
- 2) Hakikat produk itu sendiri. Keberatan akan hal ini antara lain dapat diatasi dengan mempersilahkan pembeli untuk mengetes/mencoba sendiri produk tersebut.
- 3) Perusahaan yang memproduksi atau yang memasarkan. Keberatan ini ditangani dengan mengungkapkan keunggulan komparatif dan kompetitif perusahaan tersebut
- 4) Harga. Cara mengatasi keberatannya adalah dengan cara memberikan gambaran perbandingan harga dengan produk lainnya.

5) Waktu (tidak berminat untuk membelinya sekarang). Keberatan dalam hal ini dapat diatasi misalnya dengan menyediakan informasi lain tentang lobi kepada pihak-pihak yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan.

Giring pembeli potensial pada penutupan order pembelian (*closing the sale*). Bila serangkaian pendekatan, prestasi dan mengatasi keberatan/penolakan telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah menutup rangkaian tersebut dengan penutupan order yang berarti menggiring pembeli untuk memastikan pembelian.

Setelah pembeli potensial anda benar-benar jadi membeli menggunakan produk jasa anda, tugas selanjutnya adalah membina dan memelihara hubungan yang telah ada. Dengan kata lain, pembeli kini telah menjadi bagian dari jaringan usaha yang tengah dibangun. Untuk mempertahankan kesetiaannya terhadap produk/jasa anda. Perlu dilakukan sejumlah cara, yaitu:

- 1) Menyempurnakan produk, misalnya dengan cara memberikan layanan purna jual
- 2) Memberikan konsultasi gratis tentang penggunaan dan peningkatan nilai tambah produk
- 3) Memantau perkembangan penggunaan produk/jasa agar dapat diprediksikan kapan produk tersebut harus mengalami pergantian.⁴²

⁴² M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, "Mengagas Bisnis Islam"

Para penjual, baik penjual barang maupun jasa, perlu memiliki sifat-sifat yang baik yang disenangi pembeli. Sifat-sifat penjual yang disenangi pembeli antara lain jujur dalam informasi, pengetahuan yang baik tentang sesuatu yang ditawarkan, tahu kebutuhan konsumen, mempunyai pribadi yang menarik, cepat dan trampil dalam melayani, informatif, bersahabat, tidak memperlihatkan rasa kesal, sabar dan sebagainya.

Untuk meyakinkan langganan atau calon pembeli, disamping memiliki sifat-sifat diatas, tidak dapat pula dipisahkan dari cara menawarkan. Seorang penjual harus benar-benar mengenal barang yang dijual serta mempunyai kemampuan untuk mengatasi setiap keberatan dan keluhan para pelanggan agar pembeli merasa yakin.

Dalam usaha meyakinkan pembeli, penjual harus memperkecil kekurangan-kekurangan yang terdapat pada barang atau jasa yang ditawarkan dan menunjukkan setiap kelebihan yang terdapat didalamnya. Tetap semua keterangan tersebut harus dibuktikan dan jangan bohong. Kelurusan hati dan kejujuran penjual akan menimbulkan keyakinan baik terhadap barang, jasa maupun terhadap diri penjual sendiri. Penjual harus mencoba menjelaskan segalanya seperti apa adanya, jangan berlebihan.

Mengatasi keberatan-keberatan calon pembeli merupakan hal yang harus siap dihadapi oleh penjual. Keberatan-keberatan tersebut dapat berupa pertanyaan, keluhan, celaan, penolakan dan lain-lain. Setiap penjual dapat

menggunakan segala kemampuannya yang diperoleh dalam praktek ketrampilan menjual, antara lain kebijaksanaan, tidak mudah putus asa. Ajaklah calon pembeli berbicara, jangan hanya penjual sendiri yang bicara. Terimalah dan dengarlah segala keberatan dan keluhannya dengan senang hati, lalu ajukan beberapa pertanyaan dan kemudian pengaruh dengan anjuran, atau tawaran jenis lain sebagai pengganti. Dengan cara demikian, proses jual beli akan berjalan secara memuaskan, tidak ada sesuatu yang disembunyikan, atau sesuatu yang membuat ragu. Jika jual beli dilakukan dengan jujur, maka kegiatan itu akan diberkahi oleh Allah.⁴³

Allah SWT berfirman:



يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَكُوْنُوْا مَعَ الصّٰدِقِيْنَ ﴿٤٣﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar".⁴⁴

UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

⁴³ Buchari Alma, "Ajaran Islam Dalam Bisnis", Bandung: CV. Alfabeta, 1993

⁴⁴ QS. At-Taubah (9): 119

BAB III

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA SYARIAH CABANG YOGYAKARTA

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Berdiri

Dari generasi ke generasi, dari semua kisah keberadaan manusia, dan dalam setiap komunitasnya, manusia terus bergulat dengan permasalahan mengenai keamanan dan bahaya yang terus menerus mengancam mereka serta bagaimana menghadapi dunia yang tidak menentu ini. Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa, bahwa keberadaan manusia moderen sekarang ini telah menawarkan kepada kita keamanan, perlindungan, dan kenyamanan – tetapi tetap tidak mampu untuk melindungi kita dari bencana alam seperti gempa bumi, tsunami ataupun bahaya kebakaran. Dan kita adalah mahluk hidup: Kehidupan manusia itu sangat rapuh, dan juga sangat singkat. Inilah yang melatarbelakangi kelahiran bisnis asuransi, yang sekarang ini sudah sangat berkembang luas, menawarkan kepada manusia dukungan mereka disaat harus melewati masa-masa sulit dan juga bencana. Indonesia, negeri kepulauan besar yang sangat indah, yang memiliki lebih dari

tigabelas ribu pulau, berdiri di atas “lingkaran api”, dan yang dikenal sangat rentan akan bermacam-macam bencana alam.¹

Sebagai sebuah negeri kepulauan yang beriklim tropis maka struktur iklimnya juga sangat rentan dengan cuaca buruk setiap waktu. Itulah yang melatarbelakangi kami untuk mendirikan sebuah perusahaan asuransi, yang menawarkan dukungan kepada pembangunan nasional. PT Asuransi Bangun Askrida, atau yang biasa disebut “Askrida”, didirikan oleh pemerintah Republik Indonesia sebagai sebuah perusahaan pemerintah (BUMN) yang menawarkan perlindungan asuransi atas semua resiko dan kehilangan, khususnya bagi gedung-gedung pemerintahan dan juga asset-aset milik pemerintah lainnya.²

Perusahaan ini adalah perusahaan asuransi berskala nasional, yang didirikan pada tanggal 2 Desember 1989 dibawah badan hukum Raharti Sudjardjati, SH, dan dengan persetujuan dari Departemen Keuangan Republik Indonesia (berdasarkan keputusan pemerintah No. KEP.192/KM.B/1990, dd. 14 March 1990). Pertama kali berdiri perusahaan ini dimiliki oleh Bank Pembangunan Daerah (BPD), lalu pada tahun 1996 sebuah keputusan penting dibuat oleh Menteri Dalam Negeri yang bertujuan untuk memperluas kepemilikan perusahaan asuransi ini, dengan mengikutsertakan 33 instansi pemerintahan daerah (propinsi), yang karenanya telah membuat profil perusahaan menjadi

¹ <http://www.askrida.com/tentang/sekilas>

² Ibid, hlm. 1

lebih kuat khususnya dalam hal partisipasi Askrida dalam mengembangkan industri asuransi di Indonesia.

Moto yang dimiliki oleh Askrida adalah “Mitra dalam Usaha Pelindung dalam Duka” dengan menawarkan solusi dalam bentuk perlindungan asuransi yang lengkap dan cerdas. Seiring dengan berkembangnya jumlah pelanggan yang sudah dilayani maka profil perusahaan ini juga semakin kuat, dan masyarakat publik pun semakin mengenal lebih jauh mengenai perusahaan ini. Dengan pemegang saham utama yang adalah Bank Pembangunan Daerah dan juga Pemerintah Daerah Propinsi.³

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi salah satu dari 10 besar perusahaan asuransi nasional yang dikelola secara profesional dan mempunyai anak perusahaan yang saling menunjang satu sama lain.

Misi

1. Memajukan dan mengembangkan ASKRIDA agar dapat memberikan manfaat kepada Bank Pembangunan Daerah dan Pemerintah Provinsi selaku Shareholder.

³ <http://www.askrida.com/tentang/sekilas>

2. Mendorong tumbuhnya kesadaran berasuransi, khususnya dilingkungan Pemerintah Daerah (PEMDA), dan berusaha menjamin kepentingan-kepentingan PEMDA dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) serta masyarakat pada umumnya.
3. Memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada semua relasi.⁴

3. Budaya Perusahaan

Kebudayaan itu dapat kita temukan dimana-mana. Kebudayaan dapat kita umpamakan seperti udara yang kita hirup, dan seperti angin yang bertiup disekitar kita. Dari sejak kanak-kanak kita belajar tentang kebudayaan, bahasa, ekspresi wajah, dan tingkah laku yang benar – orang tua kita telah mewariskan kebudayaan yang mereka anut kepada kita, dan dari kita pula, kebudayaan tersebut akan diwariskan kembali kepada anak cucu kita. Dalam dunia bisnis, istilah “kebudayaan korporat” telah menjadi suatu hal yang menjadi tren. Hal itu menggambarkan tentang cara-cara yang unik yang dimiliki oleh orang-orang yang berada dalam sebuah badan usaha, yaitu bagaimana cara mereka merespon atas perilaku atasan mereka, rekan kerja mereka dan perilaku orang-orang yang berada di bawah pengawasan mereka. Apa yang boleh dan apa yang terbaik yang bisa dilakukan, seberapa jauh dan

⁴ <http://www.askrida.com/tentang/visimisi>

kemana arahnya sebuah keputusan yang telah dibuat semuanya itu unik, berbeda di masing-masing negara, di masing-masing jenis usaha, dan di masing-masing organisasi tertentu. Didalam Askrida kami telah menciptakan dan mengembangkan budaya korporat untuk mendukung gaya bekerja dan memperlancar pencapaian tujuan yang dimiliki oleh setiap karyawan kami. Kami adalah perusahaan yang murni milik negara Indonesia sehingga nilai-nilai yang kami anut berasal dari dalam dan juga disesuaikan dengan gaya yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat Indonesia itu sendiri. dapat dijelaskan dalam Kelima Prinsip-Prinsip Dasar berikut ini:⁵

1. **TANGGAP** Semua karyawan Askrida harus sadar akan situasi dan kondisi lingkungan terkini, dengan tetap membuka diri bagi adanya perubahan dan perkembangan yang mempengaruhi bisnis kami. Semua pertanyaan, keluhan ataupun masukan harus dihargai dan ditanggapi dengan serius, dan harus segera direspon dengan cepat.
2. **TANGGUH** Tidak cepat menyerah. Teruslah bekerja dan atasilah masalah dan segala tantangan sampai semua aspek dari isu yang muncul dapat ditanggulangi. Tetaplah teguh dan berpendirian dalam melakukan bisnis secara profesional.
3. **TELITI** Setiap makhluk hidup membutuhkan perawatan, pengertian, kesabaran dan dukungan – bahkan disaat mereka menunjukkan sikap

⁵ Observasi Budaya Kerja di kantor PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, pada tanggal 18 Februari 2013

yang salah. Setiap karyawan Askrida harus mengaplikasikan ilmu, pengalaman dan juga belas kasihan dalam menjalankan ilmu, pengalaman dan juga belas kasihan dalam menjalankan tugas yang diberikan.

4. TERTIB Pengendalian diri: mentaati peraturan, prosedur dan hukum-hukum yang berlaku dalam melakukan transaksi bisnis. Sungguh-sungguh memiliki komitmen yang kuat untuk menyelesaikan tugas yang diberikan.
5. TENTERAM Bekerja untuk menciptakan atmosfir kerja yang penuh kebaikan, saling mengerti, saling menghargai satu sama lain dan mengembangkan keterbukaan di antara sesama rekan kerja.⁶

4. Konsep dan Filosofi

Segala musibah dan bencana yang menimpa manusia merupakan qadha dan qadar dari Allah SWT. Namun kita wajib berikhtiar meringankan resiko keuangan yang timbul. Upaya tersebut sering kali tidak memadai, karena yang harus ditanggung lebih besar dari yang diperkirakan.

PT. Asuransi Bangun Askrida Cabang Syariah yang berlandaskan pada konsep tolong menolong dalam kebaikan dan ketakwaan menjadikan semua peserta sebagai suatu keluarga besar untuk saling

⁶ <http://www.askrida.com/tentang/budaya>

melindungi dan menanggung resiko keuangan yang terjadi diantara mereka.

5. Tim Manajemen

a. Pemegang saham

- Bank BPD
- Pemda

b. Dewan Komisaris

- Ir. Suwirman, MM (Komisaris Utama)
- Yusuf, SE, MM (Komisaris)
- Drs. Zubaidi, Msi (Komisaris)
- Drs. H. Andi Djuarzah, MM (Komisaris Independen).⁷

c. Dewan Direksi

- Drs. Ai Sobaryadi, AAAIK (Direktur Utama)
- Sumiardi, SE, MM, AAAIK, AIIS
- Ir. H. Andi Martawijaya, AAAIK, AIIS (Direktur Pemasaran)
- Ria Gayatri Diniati, SH, AAIK (Direktur Teknik)
- Endang Ruchiyat, SE Ak, MM (Direktur SDM dan Umum).⁸

B. Jenis-jenis Produk

PT. Asuransi Bangun Askrida (ASKRIDA) didirikan dengan semangat gotong royong oleh Bank Pembangunan Daerah (BPD) seluruh Indonesia, pada tanggal 2 Desember 2012 telah memasuki usia yang ke-23

⁷ <http://www.askrida.com/tentang/komisaris>

⁸ <http://www.askrida.com/tentang/direksi>

tahun. Saat ini ASKRIDA telah menjelma menjadi perusahaan asuransi umum nasional yang terkemuka dan menjadi salah satu perusahaan asuransi terbaik yang menawarkan perlindungan asuransi menyeluruh dan lengkap terhadap segala resiko.

PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah memiliki berbagai layanan jasa asuransi yang diberikan untuk mempersiapkan diri dalam kehidupan kita dimasa mendatang. Produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah terdiri dari produk perorangan/individual dan produk kumpulan/ group.⁹

1. Asuransi Kebakaran

a) Obyek Pertanggungan

Objek-objek yang dipertanggungkan adalah bangunan-bangunan yang dipergunakan baik untuk kantor, perumahan, ataupun bangunan-bangunan lain baik yang merupakan milik pribadi maupun instansi.

b) Perluasan Jaminan

PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah menjamin kerugian atau kerusakan pada harta benda dan/atau kepentingan yang dipertanggungkan yang secara langsung disebabkan oleh :

1. *Kebakaran*, yang disebabkan oleh kurang hati-hatian atau kesalahan tertanggung atau pihak lain, ataupun karena sebab kebakaran lain sepanjang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

⁹ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, hal 1

2. *Petir*, kerusakan yang secara langsung disebabkan oleh petir, khusus untuk mesin listrik, peralatan listrik atau elektronik dan instalasi listrik, kerugian atau kerusakan dijamin dalam Asuransi Kebakaran *apabila petir* tersebut menimbulkan kebakaran pada benda-benda tersebut.
3. *Ledakan*, yang berasal dari harta benda yang dipertanggungkan pada Asuransi kebakaran atau Asuransi lain yang berjalan serangkai dengan Asuransi kebakaran untuk kepentingan tertanggung yang sama. Pengertian ledakan dalam Asuransi kebakaran adalah setiap pelepasan tenaga secara tiba-tiba yang disebabkan oleh mengembangnya gas atau uap.
4. *Kejatuhan Pesawat Terbang*. Kejatuhan Pesawat Terbang yang dijamin dalam polis ini adalah benturan fisik antara pesawat terbang termasuk helikopter atau segala sesuatu yang jatuh dari padanya dengan harta benda dan atau kepentingan yang dipertanggungkan atau dengan bangunan yang berisikan harta benda dan atau kepentingan yang dipertanggungkan.
5. *Asap*, yang berasal dari kebakaran harta benda yang dipertanggungkan pada Asuransi kebakaran atau asuransi lain yang berjalan dengan Asuransi kebakaran untuk kepentingan tertanggung yang sama.¹⁰

2. Asuransi Gempa Bumi

¹⁰ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi Kebakaran PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 1

a) Obyek pertanggungan

Objek-objek yang dipertanggungjawabkan adalah bangunan-bangunan yang dipergunakan baik untuk kantor, perumahan, ataupun bangunan-bangunan lain baik yang merupakan milik pribadi maupun instansi yang telah diasuransikan dalam Asuransi Kebakaran

b) Luas Jaminan

PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah menjamin kerugian atau kerusakan pada harta benda dan/atau kepentingan yang dipertanggungjawabkan yang secara langsung disebabkan oleh :

1. Gempa Bumi, yang dapat diartikan sebagai guncangan atau getaran bumi akibat gejala geologi seperti pergerakan dan letusan gunung api.
2. Kebakaran dan Peledakan setelah terjadinya Gempa bumi, yang dapat diartikan sebagai kebakaran dan peledakan yang diakibatkan langsung oleh gempa bumi.
3. Letusan Gunung Berapi, yang dapat diartikan sebagai keluarnya larutan atau batu panas atau uap, gas atau cairan dari lubang atau lubang-lubang ditanah.
4. Tsunami, yang dapat diartikan sebagai gelombang besar akibat pergeseran tanah dibawah laut seperti penyusutan lempengan kerak bumi atau oleh letusan gunung berapi.¹¹

¹¹ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi Gempa Bumi PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 2

3. Asuransi Kendaraan Bermotor

a) Obyek Pertanggungan

Menjamin kerugian dan kerusakan atau kehilangan atas kendaraan bermotor yang disebabkan oleh tabrakan, benturan, terbalik, perbuatan jahat orang lain, pencurian, kebakaran, sambaran petir, dan dapat diperluas dengan jaminan atas resiko-resiko tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga (TPL), huru hara, sabotase dan terorisme, kecelakaan diri pengemudi / penumpang dan bencana alam.

b) Kondisi Pertanggungan dan Luas jaminan

- *All Risk*

Yaitu semua kerugian atau kerusakan pada kendaraan bermotor dan atau kepentingan yang dipertanggungkan yang secara langsung disebabkan :

- a. Tabrakan atau benturan termasuk terbalik, tergelincir, terperosok.
- b. Perbuatan jahat.
- c. Pencurian, termasuk pencurian yang didahului atau disertai atau diikuti dengan kekerasan ataupun ancaman kekerasan sebagaimana dimaksud dalam pasal 362, 363 ayat (3), (4), (5), dan pasal 365 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.
- d. Kebakaran, Termasuk :
 - Kebakaran akibat kebakaran benda lain yang berdekatan atau tempat penyimpanan kendaraan bermotor.

- Kebakaran akibat sambaran petir.
- Kerusakan karena air dan atau alat-alat lain yang dipergunakan untuk mencegah atau memadamkan kebakaran.
- Dimusnahkannya seluruh atau sebagian kendaraan bermotor atas perintah yang berwenang dalam upaya pencegahan menjalarnya kebakaran itu

- *Total Loss Only*

Kerusakan/kerugian, biaya perbaikannya diperkirakan sama dengan atau lebih dari 75% dari harga sebenarnya jika kendaraan tersebut diperbaiki.

Kehilangan dikarenakan dicuri dan tidak diketemukan lagi dalam jangka waktu 60 (enampuluh) hari sejak terjadinya pencurian terhadap kendaraan bermotor tersebut.¹²

4. Asuransi Kecelakaan Diri Karyawan (*Personal Accident*)

Asuransi Kecelakaan diri yang dimaksud adalah Asuransi yang memberi jaminan kepada tertanggung/karyawan yang mengalami kerugian, Meninggal dunia, cacat tetap atau luka badan akibat kecelakaan.

Penggolongan Tertanggung

Tertanggung dibagi dalam 4 (empat) kelas, sesuai dengan jenis/macam pekerjaan yang dilakukan sehari-hari, dimana akan terdapat

¹² Modul Panduan Program Jaminan Asuransi Kendaraan PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 3

perbedaan bahaya kecelakaan yang mungkin diderita oleh tertanggung, yaitu :

Kelas I : Orang-orang yang bekerja dikantor, orang-orang yang melakukan pekerjaan administrasi dan pekerjaan yang tidak mengandung risiko khusus.

Contoh : Direksi, Sekretaris, Staff, Accounting, dokter, pengacara, dosen, guru, notaris dan karyawan administrasi.

Kelas II : Orang-orang yang mempunyai pekerjaan seperti atau sifatnya hampir sama dengan kelas I, tetapi sering melakukan pekerjaan perjalanan atau dinas-dinas luar ataupun melakukan tugasnya dengan mempergunakan tenaga phisik.

Contoh : Salesman, Travellers, Mahasiswa, Pelajar, Aktris, actor, dokter gigi, Insinyur (bukan lapangan), dokter ahli bedah, ibu rumah tangga dan olahragawan (bukan semata-mata pekerjaannya dalam bidang olahraga)

Kelas III : Orang-orang yang bekerja dilapangan atau teknisi yang bekerja atas dasar manual.

Contoh : Buruh, Insinyur pelaksana diproyek/lapangan, sopir, arsitek, pesuruh, montir, masinis, pekerja-pekerja mesin, awak kapal laut atau udara, pegawai gudang.

Kelas IV : Orang-orang yang mempunyai pekerjaan kasar atau sifatnya berbahaya.

Contoh : penebang kayu, pekerja kasar, pekerja tambang, penyelam, surveyor, pekerja pembuat terowongan, dan yang menggunakan bahan peledak atau bahaya api.¹³

5. Asuransi *Cash In Safe*

a) Obyek Pertanggungan

Asuransi *cash in safe* adalah asuransi yang memberikan jaminan finansial kepada Peserta dari kerugian keuangan yang terjadi terhadap harta benda atau kepentingan yang dipertanggungkan.

b) Persyaratan Penutupan Asuransi

Dalam *Schedule Polis Cash In Safe Syariah*, Penutupan Asuransi hanya dapat diberikan apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Tertanggung adalah Suatu Badan Usaha.
2. Obyek Pertanggungan terletak pada Lokasi Khusus (Komplek Perkantoran/Pertokoan/Perumahan).
3. Komplek tersebut Memiliki satuan Keamanan tersendiri.
4. Tertanggung harus Memiliki Catatan Pembukuan keuangan Perusahaan.
5. Ada Peraturan Perusahaan mengenai tata cara Pengambilan dan Penyetoran Uang.

¹³ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi PA PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 4

6. Uang Disimpan pada Tempat Khusus (Khasanah) dan *Cash In Cashier Box*. Sebagaimana yang disebutkan pada polis bersangkutan :

a. Khasanah I : Dinding Beton bertulang tahan Api, tebal antara 30-40 cm. Pintu Kluis, Tebal Bajanya 1 Cm. Dinding Tidak Berhimpitan dengan dinding milik pihak lain.

b. Khasanah II : Dinding Beton bertulang tahan Api, tebal antara 30 cm. Pintu Kluis, Tebal Bajanya 1 Cm. Dinding Berhimpitan dengan dinding milik pihak lain.

c. Khasanah III : Dinding beton tulang tahan Api tebal antara 25 cm. Pintu Kluis, tidak memerlukan kunci kombinasi dan tebal Bajanya 0.5 Cm. Dinding

Berhimpitan dengan dinding milik pihak lain.

c) Pengecualian Umum

Risiko-risiko yang tidak dijamin dalam penutupan money insurance antara lain :

- Kerugian karena perampokan/pembegalan/perampasan
- Kerugian karena kerusakan dari harta benda
- Kesalahan sendiri dari Peserta/orang-orang yang bekerja pada Peserta baik dilakukan sendiri-sendiri/bersama-sama atau berkomplot dengan orang lain termasuk penggelapan

- Kurangnya uang akibat kesalahan hitung oleh bagian keuangan / akunting
- Kerugian yang terjadi diluar wilayah yang ditentukan
- Karena sifat, bentuk, kekurangan sendiri
- Susutnya nilai / depresiasi
- Akibat huru-hara, kerusakan, perang dan sejenisnya
- Akibat reaksi nuklir, inti atom dan radiasi dan sejenisnya.¹⁴

6. Asuransi *Cash In Transit*

a) Obyek Pertanggungan

Asuransi cash in transit adalah asuransi yang memberikan jaminan finansial kepada Peserta dari kerugian keuangan yang terjadi terhadap harta benda atau kepentingan yang dipertanggungkan.

b) Luas Jaminan

Memberikan jaminan finansial atas kerugian keuangan yang terjadi selama dalam pengiriman / perjalanan dari tempat / kantor Peserta sampai tempat tujuan atau penerima / Bank, yang disebabkan :

- Perampokan/pembegalan/perampasan
- Alat angkutnya mengalami kecelakaan/terbakar

c) Harta Benda yang Dapat di Pertanggungkan

Dalam asuransi ini, harta benda yang dapat dipertanggungkan antara lain :

¹⁴ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi CIS PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 5

- uang kertas
- Uang logam
- logam mulia dan barang – barang lainnya yang terbuat dari logam mulia tersebut
- saham, obligasi dan bentuk – bentuk surat berharga lainnya
- cek, peranko, materai, polis asuransi dan bentuk – bentuk instrumen keuangan lainnya

d) Pengecualian Umum

Risiko-risiko yang tidak dijamin dalam penutupan *money insurance* antara lain :

- Kerugian karena uang/barang berharga yang diasuransikan yang akan dikirim masih tersimpan didalam lemari besi/*strong room*
- Kerugian karena kerusakan dari harta benda
- Kesalahan sendiri dari Peserta/orang-orang yang bekerja pada Peserta baik dilakukan sendiri-sendiri/bersama-sama atau berkomplot dengan orang lain termasuk penggelapan
- Kurangnya uang akibat kesalahan hitung oleh bagian keuangan / akunting
- Kerugian yang terjadi diluar wilayah yang ditentukan
- Karena sifat, bentuk, kekurangan sendiri
- Susutnya nilai / depresiasi
- Akibat huru-hara, kerusakan, perang dan sejenisnya

- Akibat reaksi nuklir, inti atom dan radiasi dan sejenisnya.¹⁵

7. Asuransi Kecelakaan Diri Debitur (PA Kreasi)

a) Pertanggungan

Asuransi PA KREASI yang dimaksud adalah Asuransi yang memberi jaminan kepada tertanggung/nasabah yang mengalami kerugian, Meninggal dunia, cacat tetap total maupun kematian biasa.

Uang Pertanggungan yang dimaksud adalah sebesar nilai kredit atas peserta/nasabah yang mengajukan kredit pada bank tertentu.

Atas peserta/debitur dari bank yang dipertanggungan selama jangka waktu kredit tersebut/periode asuransi

b) Luas Jaminan

Menjamin Kerugian Meninggal Dunia atau cacat tetap total akibat kecelakaan/kematian selama periode asuransi

c) Manfaat yang diperoleh

1. Pembayaran santunan sebesar sisa kredit apabila terjadi resiko meninggal dunia terhadap peserta/debitur.
2. Pembayaran santunan sebesar sisa kredit apabila terjadi resiko cacat tetap terhadap peserta/debitur.¹⁶

C. Latar Belakang Pendidikan Karyawan

¹⁵ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi CIT PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, hal 6

¹⁶ Modul Panduan Program Jaminan Asuransi Kreasi PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta, ke 7

Karyawan adalah pihak yang keberadaannya sangat penting demi kelangsungan dan kesuksesan sebuah perusahaan. Jika para karyawan mempunyai etos kerja yang baik dan berdedikasi tinggi terhadap perusahaan di mana ia bekerja maka tak diragukan lagi perusahaan itu akan maju dengan pesat, terlebih lagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor yang diutamakan oleh perusahaan penjual jasa yang dapat diperoleh melalui kualitas layanan.

Para karyawan yang bekerja sebagai penjual produk PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah disebut sebagai marketing, yang bertugas menjual sekaligus mempromosikan produk yang dihasilkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah. Sebagai penjual sekaligus promotor, seorang marketing harus dapat mempresentasikan atau menyampaikan secara komunikatif produk yang ditawarkan sehingga tujuan perusahaan dapat dicapai.¹⁷

Latar belakang pendidikan marketing PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah berbeda-beda, karena kemampuan menjual dan mempromosikan suatu produk dapat dimiliki oleh siapa saja, tidak hanya dikhususkan bagi orang-orang yang mendalami ilmu pemasaran saja. PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah lebih mengutamakan calon marketing yang sudah mengenyam pendidikan dibangku perguruan tinggi tanpa mengkhususkan bidang ilmu yang mereka tekuni. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan perusahaan dapat merekrut calon marketing yang hanya mempunyai latar pendidikan sampai SMA. Jika mereka dapat lulus seleksi

¹⁷ Wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE. Tanggal 18 Februari 2013. Beliau adalah Kepala Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai latar belakang pendidikan karyawan

dan tes wawancara syariah (bagi calon marketing muslim) yang dilaksanakan serta mempunyai kemampuan menjelaskan produk yang ditawarkan mereka bias menjadi marketing PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah.

Sejak resmi menjadi marketing, mereka dididik dan dilatih (*training*) secara professional untuk mengasah dan meningkatkan kemampuan marketing. Bekal kemampuan berkomunikasi dengan baik dan ketrampilan hasil pelatihan dilaksanakan oleh para agen untuk mendapatkan nasabah sebanyak-banyaknya.¹⁸

D. Strategi Pemasaran

Secara umum strategi penjualan yang diterapkan di PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah adalah sistem promosi, sistem keagenan dan pendekatan silaturahmi, karena sistem promosi di bawah tanggung jawab PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah, para marketing langsung mempromosikan produk yang dikeluarkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah, yaitu dengan melalui penjualan personal maupun lembaga, misalnya Pemda, Pemprof, Bank BPD DIY, BPR, BPRS dan lembaga yang lainnya.¹⁹

Sistem pemasaran yang merupakan strategi penjualan yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah menggunakan sistem FDS (Field

¹⁸ Wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE. Tanggal 18 Februari 2013. Beliau adalah Kepala Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai latar belakang pendidikan karyawan.

¹⁹ Wawancara dengan Bapak Haryoto. Tanggal 20 Februari 2013. Beliau adalah Marketing Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai peran dan strategi

Development System) bertujuan untuk mengembangkan marketing agar menjadi penjual profesional. Sistem ini ditetapkan sudah lama sampai sekarang. Modifikasi memang dilakukan, terutama menyangkut sistem yang terkait dengan masalah akhlak dan pergaulan marketing yang dibenarkan syariah dengan menambahkan materi pembiasaan seputar akidah, ibadah dan akhlak yang benar, ditambah *corporate culture* yang islami.²⁰

Secara garis besar sistem FDS digambarkan sebagai pengembangan FC (*Financial Consulting*) atau pemasar di fokuskan ke dalam dua tujuan yang saling berhubungan erat yaitu merekrut dan mempertahankan FC, (seperti mengembangkan FC baru menjadi yang mapan) dan mengembangkan FC menjadi lebih baik.

1. FDS dalam implementasinya terutama untuk memenuhi 6 kebutuhan dasar dalam pengembangan FC:
 - a. Prospek untuk dihubungi (*prespecting methods & market*)
 - b. Kebiasaan dalam membuat perencanaan (*planning & work habit*)
 - c. Pengetahuan (*product & technical knowledge*)
 - d. Ketrampilan menjual (*selling skill*)
 - e. Antusias dan keinginan untuk berhasil (*principles of success*)
 - f. Kode etik pada kegiatan FC sehari-hari²¹
2. FDS *Development Methods*, secara garis besar dikenal 4 pola pengembangan marketing atau FC:

hal 2 ²⁰ Modul *Petunjuk Teknis Pemasaran* PT. Asuransi Asuransi Bangun Askrida Syariah,

²¹ Ibid, hlm 4

a. *Performance Review & planning (PRP)*

Pertemuan (PRP) bukan untuk memberikan pengetahuan atau ketrampilan baru, tetapi secara khusus akan membahas setiap aspek tentang kegiatan/progresi yang telah dilakukan dan membuat perencanaan untuk kegiatan yang akan datang. Tujuan utama PRP untuk mengembangkan perencanaan dan kebiasaan kerja demi tercapainya kegiatan prospeking yang efektif.

Dalam mempersiapkan FC baru untuk mengikuti PRP, ada 3 langkah yang yang harus dikerjakan, yaitu menjelaskan istilah-istilah yang diberikan, menetapkan standar kerja dan menjelaskan alat kontrol atau evaluasi.

Jadwal pertemuan PRP ditetapkan setiap minggu yang hanya bisa diubah jika ada keadaan darurat dan pertemuan berlangsung sekitar 1 jam. Pertemuan dilakukan di ruang tertutup dan hanya dihadiri oleh leader (kepala cabang/senior financial consulting) dan FC. Pertemuan PRP membahas kembali beberapa informasi penting yang dapat sebelum pertemuan berlangsung membahas informasi/data yang tercatat membahas kembali bisnis-bisnis yang masih tertunda dan mendiskusikan kualitas bisnis yang masuk.

Leader memulai pertemuan dengan suasana positif, menyebutkan hal-hal positif yang telah dicapai atau dilakukan FC minggu lalu. Seprang

leader tidak hanya mengidentifikasi masalah yang dihadapi FC, tetapi juga harus dapat membantu FC memecahkannya.²²

b. *Individual Instruction & Drill (IID)*

Tujuan IID adalah untuk melengkapi wawasan FC dengan pengetahuan, ketrampilan dan prosedur-prosedur yang diperlukan untuk membantu FC agar sukses, seperti melengkapi aplikasi dengan tepat, menguasai sales track, produk baru, *prospecting* dan lain-lain.

Sebelum melaksanakan IID, hal-hal yang perlu dilakukan antara lain melengkapi bahan-bahan materi dengan baik, bagi materi yang akan diberikan, buat daftar mengenai tahap-tahap penting, berikan tugas pra-pertemuan bila perlu dan persiapan semuanya dengan baik, baik dari segi tempat, waktu maupun yang lain. Cari tahu materi apa yang telah dikuasai FC. *Review* tugas pra-pertemuan sebagai pelengkap atas pengertian FC. Beri motivasi FC agar mau mempelajari lebih banyak lagi untuk mengangkat ketrampilannya. Perkenalkan FC kepada setiap materi, manual atau petunjuk training yang digunakan sebagai bahan referensi selama dan sesudah pertemuan tersebut. Kirimkan materi yang akan dipelajari. Buat supaya FC menjelaskan kembali apa yang telah dipelajari, buat suatu action proyek yang akan diselesaikan dengan menggunakan materi yang diberikan kemudian buat waktu tertentu untuk melakukan *follow up*.

²² Ibid, hlm 2

Setelah itu lakukan teknik *role play*. Pastikan FC telah memiliki pengetahuan tentang topik yang akan di-*role play*. Berikan demonstrasi di mana leader berperan sebagai FC. *Review* kembali pengetahuan tentang topik yang didemonstrasikan *leader*. Ketika melakukan *role play*, FC berperan sebagai FC dan *leader* berperan sebagai calon nasabah. Kemudian leader memberikan *feedback*.

Role play dianggap sebagai teknik *training* yang berharga dan efektif, karena melibatkan FC serta pengetahuan akan hasil akhir. Melalui partisipasi aktif, mereka akan belajar dengan maksimal. *Role play* melatih FC dalam ketrampilan interpersonal, motivasi terjadinya transfer training karena FC memerankan setting yang mirip dengan kehidupan sebenarnya dan FC tidak menghadapi resiko kehilangan calon nasabah. *Role play* sudah mencakup sikap dan perasaan pribadi, memberikan kesempatan untuk kritik diri sendiri atau menerima kritik dari trainer atau sales manajer serta memperkuat rasa percaya diri.²³

c. *Field Observation & Demonstration (FOD)*

Tujuan utama FOD adalah untuk memperluas dan mengembangkan perencanaan yang baik. Di samping itu juga untuk mengamati serta mengidentifikasi kebutuhan-kebutuhan untuk IID. Juga akan sangat perlu untuk mendemonstrasikan proses penjualan secara lengkap, terutama bagi FC baru. Tujuan FOD adalah untuk meningkatkan mutu kegiatan, perencanaan prospeking dan kebiasaankerja. Tunjukkan

²³ Ibid, hlm 7

kepada FC bagaimana mereka dapat berkembang. Kemudian amati penampilan mereka, beri tanggapan dan demonstrasikan kembali jika perlu. Gunakan prosedur dan pengetahuan yang familier dengan FC ketika mendemonstrasikan di lapangan. Biarkan FC melakukan kesalahan-kesalahan, karena ini merupakan cara yang paling baik dalam mempelajari dan memperoleh pengalaman.²⁴

d. *Group Intruction & Drill (GID)*

Tujuan GID adalah untuk memberikan informasi penting dalam pertemuan secara umum, seperti ilmu pengetahuan, ketrampilan, memperkenalkan produk baru, meningkatkan kembali hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan FC, *technical knowledge*, peraturan perusahaan dan lain-lain.

Keberhasilan atau kegagalan produk baru, pentingnya *sales skill* atau sukses FC dalam melengkapi prosedur perusahaan dapat ditelusuri melalui sesi GID. Kalau kelas menarik dan menggembirakan, FC akan terstimulasi, namun jika membosankan dan banyak membahas masalah teknis. FC tidak tertarik dan tidak akan mengikuti topik penting lainnya. Forum terbuka di mana FC terdorong untuk bertanya dan membagi ide-idenya merupakan cara yang superior untuk menyampaikan pesannya. Akan lebih baik lagi kalau kelas melakukan *role play quiz brainstorming*, dan lain-lain. Agar kelas menjadi efektif di perlukan usaha persiapan yang cukup besar.

²⁴ Ibid, hlm 8

Dalam GID, seara jelas menyatakan tujuan dari perjalanan serta perilaku dalam setiap sesinya, memberikan pengetahuan dan drill untuk ketrampilan yang diperlakukan dan mendesain rencana kerja untuk dapat langsung diterapkan dengan apa yang telah diajarkan dan kemudian *follow up* GID berikutnya atau pada sesi PRP. Dalam penyelenggaraan pertemuan, sangat penting untuk memulai tepat waktu sesuai jadwal dan menyelesaikan jadwal pertemuan ketika tujuannya telah tercapai, meskipun mungkin sebelum waktunya yang telah dijadwalkan.²⁵

Pimpinan pertemuan harus melakukan kontrol setiap waktu, tetapi juga harus aktif berpartisipasi bersama dengan FC selama pertemuan. Setelah itu lakukan evaluasi, apakah FC mengerti dan memperhatikan selama pertemuan berlangsung, berapa jumlah FC yang berpartisipasi secara aktif dan memberikan saran yang mendukung terhadap anggota kelompok lainnya.²⁶

Salah satu keunggulan FDS adalah adanya parameter yang jelas untuk mengukur kinerja agen atau FC dalam suatu perusahaan. Parameter atau variable penjualan ini, bukan hanya bermanfaat bagi *leader* untuk mendvelop marketing, tetapi juga menjadi variable yang terukur terutama dalam mengevaluasi capaian target tahun lalu dan parameter untuk menyusun target produksi tahun yang akan datang.²⁷

²⁵ Ibid, hlm 10

²⁶ Ibid, hlm 11

²⁷ Ibid, hlm 12

Metode FDS di tunjang dengan kajian-kajian yang berkaitan dengan aqidah, akhlak, ibadah dan muamalah yang bertujuan untuk menunjang pembentukan mental marketing yang sesuai dengan ajaran Islam. Kajian-kajian ini rutin dilakukan setiap satu minggu sekali dengan waktu sesuai dengan kebijakan kantor cabang masing-masing.²⁸

Strategi lain yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah adalah dengan meluncurkan produk-produk baru yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang sesuai dengan syariah Islam. Sebagai contoh, PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah mengeluarkan produk baru yang bernama Kesehatan. Program ini menawarkan asuransi kesehatan yang optimal dengan pilihan sesuai preferensi dan peserta memiliki kebebasan untuk memilih jenis asuransi kesehatan.²⁹



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

²⁸ Ibid, hlm 12

²⁹ Wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE. Tanggal 22 Februari 2013. Beliau adalah Kepala Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai Strategi Pemasaran Asuransi Syariah

BAB IV

IMPLEMENTASI HUKUM ISLAM TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA DAN PENGARUHNYA TERHADAP PENJARINGAN NASABAH

A. Analisis Implementasi Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta

Transaksi asuransi PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta sebagai praktek lembaga keuangan Islami non bank dilaksanakan secara konsisten. Hal ini terbukti pada praktek pengelolaan asuransi, dilakukan atas dasar kerja sama (*ta'awun*), selain bersumber dari pengelola juga dengan adanya nasabah yang terus dipertambah jumlahnya oleh kerja para marketing. Praktek asuransi PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dengan sendirinya memenuhi kriteria tidak bersifat *mu'awadhah*¹, tetapi *tabarru'* / *mudharabah*, sumbangan (*tabarru'*) sama dengan *hibah* (pemberian). Kesepakatan tidak menarik kembali sudah disadari dan disetujui dari awal oleh calon nasabah sehingga praktek asuransi bisa diterima.

Jika terjadi peristiwa ingkar janji atau kecurangan yang dilakukan oleh marketing atau nasabah maka diselesaikan menurut syari'ah. Sebagai contoh, jika marketing tidak amanah dan melanggar peraturan yang ditetapkan, seperti melakukan penipuan kepada nasabah, PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta akan memberikan peringatan berupa surat teguran untuk yang

¹ *Mu'awadhah* adalah suatu perjanjian di mana pihak yang memberikan sesuatu kepada pihak lain berhak menerima pengganti dari pihak yang menerima.

pertama kali dan meminta marketing tersebut untuk bertanggung jawab kepada nasabah dan memberikan kesempatan kepada marketing tersebut memperbaiki kesalahan yang diperbuat. Namun jika kesempatan tersebut tidak dipergunakan dengan baik dan masih mengulangi kesalahan lagi, maka marketing tersebut akan diserahkan kepada pihak yang berwajib dan otomatis akan di nonaktifkan dari PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.² Hal ini bukan berarti bahwa PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta lepas tangan, tetapi bermaksud memberikan pelajaran kepada marketing yang lain agar bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan dan melatih kejujuran dalam setiap pekerjaan.

Metode pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta lebih mengarah kepada *direct selling* (pemasaran langsung) yang dilakukan oleh para *pegawai*. Para marketing secara langsung menghubungi dan atau melakukan presentasi. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta tidak memiliki divisi promosi sendiri, karena bagian promosi berada di bawah naungan PT. Asuransi Bangun Askrida Cabang Jakarta. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, sebagaimana perusahaan asuransi lainnya, menjual produk asuransinya sekaligus mempromosikannya. Oleh sebab itu marketing berperan ganda, selain sebagai penjual, mereka juga berlaku sebagai promotor yang bertugas mempromosikan produk-produk PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta. Dalam hal ini, promosi yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta adalah

² Wawancara dengan Syaifudin, tanggal 22 Februari 2013.

dengan cara *personal selling*. Para marketing langsung mendatangi calon nasabah kemudian berhadapan langsung dan mempengaruhi calon nasabah dengan strategi berkomunikasi yang syar'i. Secara tidak langsung, marketing bertanggung jawab untuk menentukan calon nasabah menjadi tertarik masuk sebagai nasabah, dan nasabah yang sudah bergabung tetap mempercayakan dananya untuk dikelola oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta.

Ketika melakukan presentasi di depan calon nasabah, seorang marketing menguasai produk yang akan dipromosikan dan ditawarkan secara konsep dan teori serta mengarahkan *audiens*. Hal ini didukung dengan kedisiplinan waktu kehadiran dan penampilan yang sopan dan rapi. Selain untuk *image* perusahaan, juga menekankan bahwa syariat Islam menjadi landasan awal gerak sehingga marketing dalam kemunculannya menampakkan perbedaan antara praktek asuransi yang Islami dengan yang konvensional. Kejujuran dan kesantunan dalam menyampaikan informasi sangat diperhatikan. Saat mempromosikan suatu produk tidak melebih-lebihkan dan tidak memberikan janji yang muluk-muluk dan mengada-ada. Selain tidak mungkin dilakukan, secara syar'i juga persuasi yang mengada-ada memang tidak menimbulkan landasan kepercayaan nasabah, hanya menstimulasi secara emosi jangka pendek.

Secara fisik maupun mental, para marketing dapat meyakinkan nasabah. Penampilan luar marketing terlihat rapi, bersih, menutup aurat dan sesuai dengan syariat. Karyawan wanita PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, mereka diwajibkan menggunakan pakaian yang panjang, tertutup, tidak membentuk tubuh, tidak transparan, dan menggunakan jilbab serta menggunakan

sepatu. Bagi yang non muslim tidak diwajibkan menggunakan jilbab, tetapi menggunakan pakaian yang panjang, tertutup, tidak membentuk tubuh, dan tidak transparan. Ini merupakan sikap toleran beragama dalam bidang muamalah. Meskipun PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta merupakan perusahaan asuransi yang bernafaskan Islam, namun tidak ada paksaan pada pegawainya yang berbeda agama untuk menjalankan syariat Islam, karena sudah berhubungan dengan aqidah seseorang.

Hal yang sama juga diterapkan bagi marketing pria PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta ketika bertugas tidak diwajibkan menggunakan seragam khusus. Mereka dapat menggunakan kemeja panjang / pendek atau baju batik dengan celana panjang yang serasi, warna yang tidak mencolok, serta menggunakan sepatu. Kerapian, kebersihan, dan keserasian yang lebih diutamakan, karena penampilan luar sangat mempengaruhi personalitas seseorang.

Secara mental para marketing bersikap tenang, dapat memberikan solusi atas permasalahan yang dipaparkan calon dan atau nasabah dan memberikan contoh yang baik di masyarakat. Tidak hanya ketika bertugas, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Para marketing diharapkan dapat bertingkah laku dan bertindak sebagai seorang muslim yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dimungkinkan terjadi karena PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta secara rutin setiap minggu sekali menyelenggarakan pelatihan ataupun pengayaan materi bagi para pegawainya yang berkaitan dengan aqidah, akhlak, ibadah dan muamalah.

Amanah dan jujur dalam menjalankan tugas dan mengemban kepercayaan umat serta menghindari diri dari semua bentuk yang mengarah kepada kecurangan sangat ditekankan dalam melakukan setiap pekerjaan. Secara professional mereka menempatkan kepentingan perusahaan diatas kepentingan pribadi dan kelompok. Mereka berusaha memperhatikan kepentingan umat selaras dengan kepentingan perusahaan.

Para karyawan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, khususnya para marketing memberikan pelayanan kepada *customer* secara inklusif. Setiap proses pelayanan diberikan secara cepat dan akurat dengan senantiasa ramah yang dilandasi dengan ketulusan hati.

Al-quran dan sunnah dijadikan sebagai pedoman hidup. Memiliki komitmen yang tinggi pada Islam dengan menjalankan syariat Islam secara kaffah dan menerapkan etika Islami dalam kehidupan keseharian mereka.

Kedisiplinan kerja mereka tercermin pada peraturan dan ketentuan yang dipatuhi serta keseluruhan. Mereka menjalankan seluruh tugas dengan penuh tanggung jawab. Setiap pekerjaan dilakukan dengan efisien, efektif dan produktif secara loyal kepada perusahaan. Dalam setiap transaksi asuransi, seorang marketing dapat memasarkan produk asuransi kesehatan dan kerugian. Pendidikan dilakukan secara sinergi, di mana produk dan ketrampilan yang diperlukan diberikan secara bersamaan. Ketika melakukan prespeking, seorang marketing mempresentasikan dua produk, asuransi kesehatan dan asuransi kerugian.

Marketing yang semula hanya dapat memasarkan produk asuransi kesehatan saja atau produk kerugian saja, dengan sinergi maka dengan bebas dan leluasa dapat memasarkan dua-duanya, baik produk-produk kesehatan maupun kerugian. Tentu ini sangat menguntungkan bagi marketing, karena jarang seorang marketing yang datang ke calon nasabah kembali tanpa hasil (*closing*). Biasanya jika seorang marketing gagal menawarkan produk-produk kesehatan, maka dapat *closing* di produk-produk kerugian.

Ketika berkerja diawali dengan berdoa dan tawakkal kepada Allah. Setiap pekerjaan yang dilakukan dengan kesungguhan hati, kerja keras, pantang menyerah dan putus asa. Senantiasa berkata benar dan sopan santun dalam tindak. Hubungan dengan rekan kerja terjalin dengan baik sehingga lingkungan kerja yang nyaman. Penampilan berpakaian terlihat rapi dan bersih. Setiap mengadakan janji pertemuan dengan calon nasabah, seorang marketing senantiasa menepati janji dan jika berhalangan hadir karena suatu alasan yang dibenarkan secara syar'i maka mereka akan memberikan konfirmasi terlebih dahulu tanpa mengecewakan calon nasabah. Kenyamanan inilah yang menjadi nilai lebih, dan ada beberapa pernyataan dari *customer* bahkan yang non muslim mengenai factor nyaman ini. Hal ini terutama dari perlakuan transparasi info serta sikap-sikap universal.³

³ Abdul Nasir dan Guntoro Soewarno, "Asuransi Syariah, Tak Kalah Peminatnya", *Modal*, No. 25 (Februari 2005), hlm. 13

B. Analisis Hukum Islam Terhadap Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida dan Pengaruhnya Terhadap penjaringan Nasabah

PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta menerapkan sistem marketing dalam strategi pemasarannya. Namun marketing secara tidak langsung juga ikut mempromosikan produk yang dihasilkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, melalui pemasaran personal. Sistem marketing yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta bertujuan untuk mengembangkan para marketing menjadi pemasar yang profesional. Modifikasi memang dilakukan, terutama menyangkut sistem yang terkait dengan masalah akhlak dan pergaulan pegawai yang dibernarkan syar'i.⁴ Sebelum terjun kelapangan, mereka dapat menjadi contoh yang baik bagi masyarakat. Selain dibekali dengan ilmu dan ketrampilan yang menunjang profesionalitas kerja seorang marketing PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta juga memberikan para marketingnya dengan ilmu-ilmu agama, seperti aqidah, akhlak, ibadah, dan akhlak yang sesuai dengan syariat Islam, ditambah *corporate culture* yang Islami. Hal ini untuk membentuk lingkungan kerja yang Islami.

Penerapan (*Field Development System*) ditambah dengan materi yang berkaitan dengan aqidah, ibadah dan akhlak membuat para marketing PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta mempunyai nilai lebih disbanding dengan perusahaan yang lainnya. Modifikasi ini untuk menciptakan

⁴ M. Syakir Sula, "*Asuransi Syariah (life and General): Konsep dan Sistem Operasional*", 2004 Cet. Ke-1, (Jakarta: Gema Insani Perss, 2004) hal 512

seorang marketing yang bertanggung jawab, baik kepada masyarakat (*hablumminannas*) maupun kepada Allah (*hablumminallah*).

Dengan adanya pertemuan yang rutin dilakukan secara rutin setiap minggunya, seperti yang dijelaskan dalam bab sebelumnya, akan sangat membantu marketing dalam melaksanakan pekerjaannya. Jika ada permasalahan yang dihadapi oleh seorang marketing, marketing lain akan membantu memecahkan masalah yang ada. Hal ini mencerminkan semangat tolong-menolong yang diajarkan oleh Islam dan membangun kerja sama yang saling menguntungkan dan saling membantu, tidak hanya dengan calon nasabah tetapi juga dengan sesama pegawai. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta pun akan dengan mudah mengontrol pekerjaan para marketingnya dan mengetahui dengan cepat apa yang menjadi kendala yang dihadapi oleh para marketing. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta pun melalui para marketingnya dapat mengetahui reaksi pasar (calon nasabah dan nasabah) mengenai produk yang telah dikeluarkan serta mengetahui produk apa yang diperlukan oleh pasar untuk membantu memecahkan masalah yang sedang berkembang di masyarakat. Pertemuan ini lebih mengarah kepada berbagai pengalaman dan saling membantu satu sama lain (*sharing*) tentang pengalaman yang telah dilalui para karyawan selama satu minggu dan rencana apa saja yang akan dilakukan satu minggu kedepan.

Dengan dilakukan IID (*individual instruction and drill*) juga sangat bermanfaat bagi marketing untuk menunjang karir mereka selanjutnya. Dengan adanya IID ini, marketing dilatih agar menjadi seorang marketing yang

professional di bidangnya. Marketing sebagaimana cara menghadapi calon nasabah dan bagaimana cara menyampaikan presentasi yang baik dan benar sesuai dengan syariat Islam. Hal ini sesuai dengan etika bisnis yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta agar membentuk seseorang yang professional, ahli dan kreatif dengan menguasai konsep dan teori serta ketrampilan di bidangnya, tidak pernah berhenti menambahkan pengetahuan dan wawasan untuk keahlian profesinya dan terus berupaya untuk menjadi yang terbaik.

Kegiatan FOD (*field observation and demonstrantion*) berguna untuk menunjang IID. Dalam FOD, marketing melakukan praktek terjun ke lapangan. Marketing berhadapan langsung dengan klien. FOD merupakan penerapan langsung dari IID. Hal ini sangat bermanfaat untuk marketing agar semakin percaya diri berhadapan dengan calon nasabah sebelum benar-benar terjun sendiri ke lapangan. Dengan adanya FOD, agen akan mengetahui bagaimana cara melakukan prospeking yang baik dan benar serta bagaimana prosedur kerja seorang marketing.

Sedangkan kegiatan GID (*Group instruction and drill*) sangat membantu marketing untuk memperkuat meningkatkan pengetahuan, ketrampilah dan hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan marketing. Disini pun dijelaskan mengenai yang berhubungan dengan pekerjaan marketing. Juga dijelaskan mengenai peraturan perusahaan yang harus dipatuhi. Hal ini sesuai dengan etika bisnis Islam yang berkaitan dengan kedisiplinan kerja seorang marketing, agar marketing

mematuhi seluruh peraturan dan ketentuan perusahaan, menjalankan seluruh tugas dengan penuh tanggung jawab dan loyal kepada perusahaan.

Aktivitas perusahaan berjalan berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah. Tujuan memberikan fasilitas dan layanan terbaik bagi umat dan masyarakat Indonesia tercermin pada jenis-jenis produk yang ditawarkan dan para marketingnya yang bekerja dengan kedisiplinan dan loyalitas terhadap pekerjaannya.

Jenis produk yang ditawarkan, baik perorangan maupun lembaga mempunyai akad yang jelas dan tidak merugikan salah satu pihak. Akad yang mendasari kontrak asuransi adalah akad tabarru, dimana pihak pemberi dengan ikhlas memberikan premi/kontribusi tanpa ada keinginan untuk menerima apapun dari orang yang menerima, kecuali hanya mengharap keridhaan Allah SWT. Konsep akad yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta khususnya adalah perjanjian yang didasarkan pada prinsip mudharabah. Perusahaan (*al-mudharib*) mengumpulkan kontribusi yang dibayar oleh para peserta (*shahibul mal*) dan mengelola dengan baik antara dana tabarru dan dana ujah. Kontribusi (*tabarru*) yang secara khusus bertujuan untuk tolong menolong sesama peserta yang tertimpa musibah tertentu. Dan dana ujah adalah untuk pengelola dalam hal ini adalah perusahaan. Perjanjian tersebut juga menetapkan pembagian surplus (*profit*) antara peserta dan pengelola (perusahaan).

Surplus dana *tabarru* atau dalam bahasa asuransi disebut surplus *underwriting*, dibagikan kembali kepada nasabah sebagai bonus atau hadiah.

Tetapi bukan menggunakan akad *murabahah* (bagi hasil). Sebenarnya dalam *akad tabarru* tidak ada kewajiban bagi pengelola untuk memberikan bonus, karena dana *tabarru* sudah di iklaskan untuk dana tolong-menolong, dan peserta tinggal berharap pahala dari Allah SWT. Demikian halnya dengan peserta, secara syar'i peserta tidak berhak lagi untuk berharap, apalagi meminta hak bagi hasil dari pengelola. Akan tetapi tidak ada larangan pula seandainya pihak pengelola karena kebaikan atau pertimbangan lain kemudian memberikan hadiah kembali kepada peserta. Meskipun menggunakan rumus yang biasa digunakan di konsep *mudharabah* misalnya, sifatnya hanya sebagai hadiah, bukan bagi hasil. Maka jelas dalam praktek asuransi syariah, hal yang paling mendasar adalah akad di awal kegiatan tersebut dilaksanakan, sementara dalam praktek konvensional hal ini tidak disepakati secara gamblang.

Dengan sering melakukan silaturahmi dan menjalankan strategi yang diterapkan perusahaan sebagai perwujudan ukhuwah islamiyah, yakni mempererat tali persaudaraansesama kaum muslimin khususnya dan umat manusia pada umumnya, maka secara perlahan akan mempengaruhi nasabah dan akan tertarik untuk membeli produknya.

PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah sering melakukan silaturahmi dari berbagai kalangan pelaku bisnis dan nasabah, maka akan semakin banyak pendapatan informasi mengenai berbagai peluang atau kesempatan bisnis, seperti Bank BPD DIY, BPRS se DIY dan Jateng yang telang bekerja sama dengan PT. Asuransi Bangun Askrida Syariah Cabang Yogyakarta.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa.

1. Strategi Pemasaran PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta untuk tujuan membentuk sosok pekerja yang professional, bertanggung jawab dan menjalankan syariat Islam menggunakan penerapan FDS (*Field Development System*). Metode pembembangan FDS yang di terapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta terdiri dari *performance review and planning (PRP)*, *Individual instruction and Drill (IID)*, *Field Observtion And Demonstration (FOD)* dan *Group Instruction And Drill (GID)*. Metode ini efektif dan sangat berpengaruh terhadap penjangingan Nasabah, terbukti dengan adanya strategi dan metode tersebut PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta nasabahnya semakin meningkat dari tahun ke tahun.
2. Pemasaran yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta , berdasarkan teori yang di paparkan oleh Yusuf Qardhawi, sudah sesuai dengan etika pemasaran dalam Islam. Hal ini tergambar pada akhlak insan marketing dan terbukti dari barang atau

jasa yang diperdagangkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta bukanlah sesuatu yang haram, tidak menerapkan sistem bunga dalam prakteknya. Menerapkan tolong-menolong sebagai bukti saling mengasihi dan toleransi sesama saudara serta bersikap benar, amanah dan jujur dalam bekerja.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, penyusun mengajukan beberapa saran berikut.

1. Diharapkan PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta dapat meningkatkan prestasinya dan mampu bersaing sehat, baik dengan asuransi konvensional maupun dengan asuransi Islam yang lain. Masyarakat dapat menilai perusahaan asuransi mana yang dapat di percaya untuk mengelola dengan baik uang yang mereka investasikan dengan info yang transparan serta berkala baik melalui brosur ataupun *press release* di media massa.
2. PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta perlu mengadakan seminar-seminar dan pelatihan-pelatihan yang berkaitan dengan asuransi syariah untuk masyarakat umum, khususnya mahasiswa yang ingin mencari pengalaman kerja, tidak hanya untuk marketing saja. Selain sebagai tempat mensosialisasikan dan mempromosikan asuransi syariah, juga untuk berbagi ilmu yang berkaitan dengan asuransi ini merupakan strategi yang fokus kepada pangsa pasar

potensial yang memiliki landasan keilmuan atas praktek asuransi syariah.

3. Keputusan dewan pengawas syariah mengenai kepribadian insan asuransi Askrida masih terlalu konsep, sehingga perlu perincian dengan mengeluarkan surat keputusan berikutnya menyesuaikan kondisi beragamnya SDM berikut perkembangannya.
4. Penelitian mengenai asuransi syri'ah berikutnya, khususnya di PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta, bisa ditindaklanjuti bukan lagi pada konsep namun sudah bisa terfokus pada suatu kasus.



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

DAFTAR PUSTAKA

- A. Aziz Salim Basyarahil. 1993. "33 Masalah Agama". Cet, ke-5, Jakarta: Gema Insani Perss
- Abdul Nasir dan Guntoro Soewarno, 2005. "Asuransi Syariah, Tak Kalah Peminatnya", *Modal*, No. 25, hlm. 13
- Abdullah Gymnastiar. 2004. *Etika Bisnis MQ: "Kejujuran, Kebersihan Hati, Kebermanfaatan"*, cet ke-2, Bandung: MQS Publising
- Abdullah. 2000. "Asuransi Jiwa Konvensional Dalam Hukum Islam; Pro kontra di kalangan Ulama dan Asuransi takaful sebagai Alternatif di Indonesia", Tesis Program Pascasarjana Hukum, Yogyakarta: UII
- Achmad Marzuki. 2003. "Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran, Asuransi Takaful Keluarga" Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta
- Agni Alam Awirya dan Joko Tri Haryanto. 2005. "Wacana Asuransi Syariah," *Jurnal Ekonomi Syariah Muamalah*. No. 1. Vol. 3, Januari
- Ahmad Azhar Basyir. 2000. "Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)", Yogyakarta: UII Perss
- Ahmad Buyan Wahab. 2000. "Asuransi Dalam Pandangan Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama: Telaah atas Perbandingan Penerapan Istinbat Hukum Islam", tesis Pascasarjana, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga
- Ali Yafi. 1994. "Menggagas Fiqih Sosial dari Soal Lingkungan Hidup, Asuransi dan Ukhwah", Jakarta: Mizan
- Aminah Chaniago. 1999. "Studi Komparatif Asuransi Jiwa, Konvensional dan Takaful dalam Perspektif Ekonomi Islam", Tesis Yogyakarta: MSI UII
- Anin Widjaja Tunggal. 1996. "Kamus Marketing", cet ke-I, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arief Syantoso. 2008. "Analisis Fiqih Keuangan terhadap Asuransi Deposito pada perbankan Syariah di Indonesia, Studi terhadap PP N0 39 tahun 2005 tentang Lembaga Penjaminan Simpanan pada bank Syariah, Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta

- Arum Zakiyah. 1997. "*Pelaksanaan Asuransi Takaful Keluarga Di PT. Asuransi Takaful Keluarga Supervisi Yogyakarta*," Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Buchari Alma. 1993. "*Ajaran Islam Dalam Bisnis*", Bandung: CV. Alfabeta
- Didin Hafidhuddin. 2003. "*Islam Aplikatif*", Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani press
- Faridatul Fauziah. 1998. "*Pelaksanaan Ibadah Haji Melalui Asuransi (Studi Komparatif antara Asuransi Takaful dan Konvensional)*", Tesis Program Pascasarjana Hukum, Yogyakarta: UII
- Freddy Rangkuti. 1999. "*35 Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis – Reorientasi Konsep Perencanaan Strategi Untuk Menghadapi Abad 21*", Cet Ke-5, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Fuad Moch fahrudin. 1993. "*Riba Dalam Bank, Koperasi, Perseroan, dan Asuransi*", Bandung: Al-ma'arif
- Hamzah Ya'qub. 1984. "*Kode Etik Dagang Menurut Islam*", Bandung, Diponegoro
- Heri Sudarsono. 2004. "*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*", cet. Ke-2, Yogyakarta: Ekonosia
- Herman Darmawi. 2000. "*Manajemen Asuransi*", cet, ke-1, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- I Ketut Sendra. 2002. "*Panduan Sukses Menjual Asuransi*", Jakarta: Penerbit PPM
- Ilyas Ba-Yunus dan Farid Ahmad. 1996. "*Sosiologi Islam dan Masyarakat Konteporer*", Alih Bahasa Hamid Basyaib, Cet. ke-6, Bandung: Mizan
- Indriyo Gitosudarmo. 1994. "*Managemen Pemasaran*", Cet. Ke-1, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Infobank. 2012. "*The Best Sharia Finace*", Edisi Khusus: Jakarta PT. Infoarta Utama
- KH. Toto Tasmara. 2002. "*Membudayakan Etos Kerja Islami*", cet, ke-1, Jakarta: Gema Insani Press
- M Asep Hamdani. 1997. "*Asuransi Jiwa Menurut Sistem Asuransi Konvensional dan Sistem Asuransi Takaful (Sebuah Kajian Perbandingan)*", skripsi, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga
- M. A. Mannan. 1997. "*Teori dan Praktek Ekonomi Islam*", Alih Bahasa M. Nastangin, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf

- M. Amin Abdullah dkk. 2004. *"Rekonstruksi Metodologi Ilmu-Ilmu Keislaman"*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: SUKA-perss
- M. Hidayat. 2003. *"Kiprah Manajemen dan Etika Bisnis Nabi Muhammad SAW"*, Jurnal Ekonomi Syariah Muamalah, no.2. vol. 2, Oktober
- M. Ismail Yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma. 2002. *"Menggagas Bisnis Islam"*, cet, ke-1, Jakarta: Gema Insani Press
- M. Luthfi Hamidi. 2003. *"Jejak-Jejak Ekonomi Islam"*, Cet. Ke-1, Jakarta: Senayan Abadi Publishing
- M. Syakir Sula. 2004. *"Asuransi Syariah (life and General): Konsep dan Sistem Operasional"*, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani Perss
- M. Zuhri dkk. 1992. *"Terjemah Sunan At-Tirmidzi"*, Jilid 2, Semarang: CV. Asy-Syifa
- Mahmud Abu Saud. 1996. *"Garis-Garis Besar Ekonomi Islam"*, alih bahasa Achmad Rais, cet, ke-3, Jakarta: Gema Insani Press
- Muhammad Muslehuddin. 1997. *"Insurance and Islamic Law"* alih bahasa Wardana, Jakarta; Bumi Aksara
- Muhammad. 2000. *"Lembaga-lembaga Keuangan Umat Kontemporer"*, Yogyakarta: UII Press
- Muktamad Agus Aeman. 1998. *"Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jaminan Asuransi Sebagai Pelunasan Kredit Nasabah Meninggal Dunia di Bringin Cabang Majenang Cirebon"*, skripsi, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga
- Murtada Muttahari. 1995. *"Ar-Riba wa At-Ta'min"*, alih bahasa Irwan Kurniawan, Bandung: Pustaka Hidayah
- Modul Panduan Program Jaminan Asuransi PT. Asuransi Bangun Askrida, ULS Cabang Yogyakarta
- Modul Petunjuk Teknis Pemasaran PT. Asuransi Asuransi Bangun Askrida Syariah
- Nelly Alfiany Yuniar Syam. 2001. *"Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Mekanisme Pemasaran Produk PT. Asuransi Takaful Keluarga Supervisi Yogyakarta,"* Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Peter Salim dan Yenny Salim. 1999. *"Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer"*, edisi I, Jakarta: Modern English Press
- Soerjono Soekanto. 1986. *"Pengantar Penelitian Hukum"*, cet. Ke-3, Jakarta: UI Perss

- Sudirman Tebba. 2003. *"Sosiologi Hukum Islam"*, Cet.ke-1, Yogyakarta: UII Perss
- Suharsini Arikunto. 2002. *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*, Edisi Revisi V, Cet. Ke-12, Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Warkum Sumitro. 1996. *"Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait (BMUI dan takaful) di Indonesia"*, Cet. Ke-1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Wawancara dengan Bapak Haryoto. Tanggal 20 Februari 2013. Beliau adalah Marketing Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai peran dan strategi
- Wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE. Tanggal 18 Februari 2013. Beliau adalah Kepala Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai latar belakang pendidikan karyawan.
- Wawancara dengan Bapak Syaifudin Handayani, SE. Tanggal 22 Februari 2013. Beliau adalah Kepala Cabang Yogyakarta PT. Asuransi Bangun Askrida, khusus menerangkan mengenai Strategi Pemasaran Asuransi Syariah
- Winaldi. 2008. *"Asuransi Modern"*, Telaah atas Pemikiran Afzalurrahman, Tesis tidak diterbitkan, Perpustakaan MSI UII Yogyakarta
- , 1998 *"Kamus Ekonomi Inggris Indonesia"*, cet ke-16, Bandung: Mandar Maju
- Yusuf Qhardawi. 1997. *"Norma dan Etika Ekonomi Islam"*, Alih Bahasa Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Cet. Ke-1, Jakarta: Gema Insani perss
- <http://www.askrida.com/produk>
- <http://www.askrida.com/tentang/budaya>
- <http://www.askrida.com/tentang/direksi>
- <http://www.askrida.com/tentang/komisaris>
- <http://www.askrida.com/tentang/sekilas>
- <http://www.askrida.com/tentang/visimisi>

BIOGRAFI TOKOH DAN ULAMA

1. Yusuf Qardhawi

Nama aslinya adalah Yusuf Abdullah Al-Qardhawi, lahir pada tanggal 9 September 1926 di desa Safat Turab bagian barat Mesir. Pendidikannya adalah pada tahun 1952-1953 menyelesaikan studinya di fakultas syari'ah Al-Azhar. Tahun 1957 melanjutkan ke lembaga tinggi riset dan penelitian majalah-majalah Islam tahun 1960 melanjutkan ke Pasca Sarjana (Dirajat Al-ulya) Al-Azhar Mesir & pada tahun 1970 lulus Doktor dengan disertasinya yang kini cukup fenomenal sebagai kitab zakat terlengkap, yaitu dengan judul *fiqh Az-zakat*. Karya-karyanya meliputi bidang fiqh, hadits, mencakup puluhan buku pemikiran Qardhawi dalam bidang agama & politik sangat diwarnai dengan corak pemikiran Hasan Al-Banna.

2. Didin Hafidhuddin

Lahir di Bogor pada tanggal 21 Oktober 1951. Beliau menyelesaikan S1 dan S3 di IAIN Syarif Hidayatullah dan S2 di IPB. Saat ini aktif sebagai dosen IPB dan pasca sarjana UIN Syarif Hidayatullah. Selesai itu, beliau juga menjabat sebagai Direktur Syariah and *Banking Institute* (SEBI), Ketua Dewan Syariah DD Republika, Ketua Dewan Pertimbangan Badan Amil Zakat Nasional (BAZANAS), Anggota Dewan Syariah MUI, serta sebagai Ketua Dewan Syariah Bank Syariah Bukopin, Bank Syariah IFI dan Bank Syariah Amanah Ummah Bogor. Beliau juga merupakan Anggota Dewan Syariah PT Permodalan Nasional Madani (PNM), Dewan

Pakar Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) dan Dewan Pleno Forum Zakat (FOZ).

3. **Abdullah Gymnastiar**

K.H. Abdullah Gymnastiar yang akrab di sapa Aa' Gym lahir di Bandung 29 Januari 1962, Oleh masyarakat di kenal luas sebagai kiai muda pimpinan pondok pesantren virtual Daarut Tauhiid Bandung. Beliau juga dikenal sebagai pengasuh kajian Manajemen Qalbu yang banyak diliput oleh media massa pada waktu itu, menetapkan konsep-konsep manajemen praktis, sebagai usahawan dengan berbagai perusahaan bisnis yang beliau pimpin. Latar belakang pendidikan Aa' Gym adalah pendidikan umum. Beliau sempat menhenyam pendidikan PAAP Universitas Padjajaan, dan PIKSI ITB. Terakhir beliau mengambil studi di jurusan Teknik Elektro Universitas Jendral Ahmad Yani (UNJANI) Cimahi. Pendidikan agama di peroleh bermula dari ketertarikannya mengikuti kajian-kajian keislaman, di teruskan dengan bergurau kepada beberapa ajengan di Jawa Barat, salah satunya adalah KH. Khoer Affandi. Pengsuh Pondok Pesanteren Mitahul Huda, Manojaya, Tasikmalaya.

4. **Muhammad Syakir Sula**

Lahir di Palopo, Sulawesi Selatan, tanggal 12 Februari 1964, beliau adalah lulsan Fakultas Pertanian (Faperta) Jurusan Sosial Ekonomi (Sosek) Universitas Padjadjaran, Jatinangor Bandung, juga pernah kuliah di IPB bersama rekan-rekannya mendirikan Pesantren Mahasiswa Fi Dzilal Al-

qur'an (PPM Fi Dzilal Al-qur'an) di tengah-tengah kampus Jatinangor Bandung. Selain sebagai pekerja profesional (praktisis ekonomi syariah), beliau juga aktif dalam kegiatan sosial dan keagamaan, sebagai Wakil Bendahara Yayasan Karya Abdi Bangsa (Batom-ICMI), Ketua Yayasan PPM Fi Dzilal Al-qur'an Bandung, konsultan di *Syariah Management Conculting, Expert Resources* di Batasa Tazkia *conculting* serta aktif organisasi profesi seperti *Indonesia Marketing Association (IMA)*. Wakil Ketua Umum IAEKI (Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia) dan sebagai Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA

PEDOMAN WAWANCARA

Nama Responden : Bpk Syaifudin Handayani, SE Tanggal: 18-02-2013

Tempat Wawancara : PT. Asuransi Bangun Askrida Pukul : 09.00 WIB

Hari Wawancara : Senin

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya PT. Asuransi Bangun Askrida?
2. Apa saja produk yang sudah dikeluarkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida?
3. Apa yang melatar belakangi dibuatnya produk-produk tersebut?
4. Dalam memasarkan produknya, apakah PT. Asuransi Bangun Askrida mempunyai segmen pasar tertentu?
5. Strategi apa yang diterapkan oleh PT. Asuransi Bangun Askrida dalam menjual produknya agar dapat diterima oleh masyarakat?
6. Sejak kapan strategi tersebut diterapkan dan apakah mengalami perubahan?
7. Siapa yang bertugas menjual produk PT. Asuransi Bangun Askrida?
8. Syarat apa saja yang harus dimiliki oleh penjual, dalam hal ini karyawan PT. Asuransi Bangun Askrida?
9. Kiat apa yang digunakan untuk menjaring calon nasabah dan bagaimana mempertahankannya?
10. Apa saja alat/ media promosi yang digunakan PT. Asuransi Bangun Askrida dalam memasarkan produknya?
11. Seberapa besar peranan karyawan dalam mempromosikan produk PT. Asuransi Bangun Askrida?

12. Untuk menunjang perkembangan usaha serta mencapai hasil yang maksimal sebuah perusahaan harus mempunyai SDM yang kompeten dan professional di bidangnya. Bagaimana cara PT. Asuransi Bangun Askrida mendidik dan melatih SDM-nya?
13. Apa standar etika yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida dalam memasarkan dan menjual produk?
14. Strategi apa yang diterapkan PT. Asuransi Bangun Askrida agar tetap dapat bertahan dan terus berkembang di tengah maraknya bermunculan Asuransi syariah lainnya?



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



مجلس الشريعة الإسلامية
الاندونيسي

DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI

National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

Sekretariat : Gedung MUI Lt. 3 Jl. Proklamasi No. 51 Menteng - Jakarta 10320

Telp. (021) 392 4667 Fax. (021) 391 8917

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Jakarta, 05 I. Awwal 1430 H

01 Mei 2009 H

Nomor : U-149/DSN-MUI/V/2009

Lamp. : _____

Hal : Rekomendasi Dewan Pengawas Syariah (DPS)
PT Asuransi Bangun Askrida

Kepada Yth. :

H. Moch. J. Djaffar

Direktur Utama PT Asuransi Bangun Askrida
di -

JAKARTA

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala, teriring doa semoga Saudara dalam keadaan sehat wal afiat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT dalam menjalankan tugas sehari-hari.

Menunjuk surat Saudara No. 267/DIR/IV-2009 tanggal 28 April 2009 perihal Koreksi Nama Calon DPS, dan setelah merujuk kepada dokumen yang ada memang telah terjadi kesalahan penulisan nama oleh Dewan Syariah Nasional MUI dalam surat rekomendasi penunjukan DPS No. U-131/DSN-MUI/IV/2009. Untuk mengkoreksi hal tersebut, maka komposisi DPS PT Asuransi Bangun Askrida di Jakarta menjadi sebagai berikut:

1. Dr. H. Daud Rasyid, MA (Ketua)
2. Prof. Dr. H. Utang Ranuwijaya, MA (Anggota)
3. Muhammadun Abdul Hamid, MA (Anggota)

Demikian rekomendasi ini dikeluarkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

DEWAN SYARIAH NASIONAL MUI
BADAN PELAKSANA HARIAN
Sekretaris,

Ketua,

KH. MA'RUF AMIN



DR. H.M. ICHWAN SAM

PERNYATAAN

DEWAN PENGAWAS SYARIAH

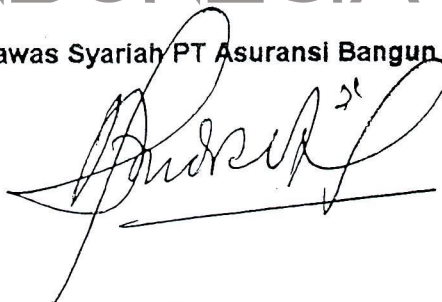
PT ASURANSI BANGUN ASKRIDA

UNIT SYARIAH

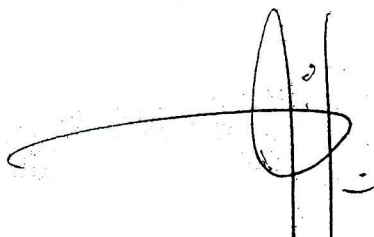
Setelah melakukan penelitian terhadap pengelolaan kekayaan dan kewajiban PT Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah, maka dengan ini Dewan Pengawas Syariah PT Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah menyatakan bahwa pengelolaan kekayaan dan kewajiban dimaksud telah dilakukan sesuai dengan Prinsip Syariah.

Jakarta, 29 April 2011


Dewan Pengawas Syariah PT Asuransi Bangun Askrida



DR. H. DAUD RASYID, MA
KETUA



Prof. DR. H. UTANG RANUWIJAYA, MA
ANGGOTA



H. MUHAMMADUN ABDUL HAMID, MA
ANGGOTA

ASKRIDA
Syariah



ORIGINNY

Direktoral Jenderal Pajak



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

IKHTISAR PERTANGGUNGAN POLIS ASURANSI KREASI SYARIAH

eroran terbatas ASURANSI BANGUN ASKRIDA UNIT SYARIAH, selanjutnya disebut Pengelola, menanggung dasar syarat-syarat dalam polis ini

Nomor Polis: 4421-2307-0812-0181
Nama: BPD DIY CABANG SYARIAH QQ DEBITUR
Alamat: JL. CIRI DITIRO NO 34 YOGYAKARTA



rusnya dinyatakan sebagai Penanda Tangan, untuk pembayaran jumlah-jumlah uang pertanggungan seperti tersebut awah mi dalam hal

Meringgal Dunia: 858.000.000,00
jika
Pekerjaan
Tempat dan tanggal lahir
Alamat

UNIVERSITAS ISLAM

mutunya dinyatakan sebagai Peserta, mengalami risiko kematian yang disebabkan oleh kecelakaan atau sebab-sebab lain, atau kematian karena
tuh diri atau ditukun mati oleh Pengadilan, Pejabat yang berwenang
arena terlibat dalam perkelahian, kecuali sebagai seseorang yang mempertahankan diri
arena akibat kecelakaan pesawat penumpang, pesawat udara yang tidak disenggarakan oleh perusahaan dengan jadwal
lay dan teratur
arena akibat perang, perang saudara, perbuatan kekerasan dalam pemberontakan, huru-hara, pengacauan atau perbuatan
ron lainnya
bagai akibat perbuatan kejahatan yang dilakukan dengan sengaja ataupun kekhilafan besar oleh mereka yang
kepentingan dalam polis ini dan atau ahli waris lainnya

bayaran ganti rugi akan dilakukan kepada BPD DIY CABANG SYARIAH
lah berakhirnya jangka waktu tersebut maka pertanggungan ini akan diperpanjang untuk jangka waktu yang sama,
lah jika salah satu pihak sedikit dikinya tiga bulan sebelum berakhirnya tiap-tiap tanggal jangka waktu,
nbatalkan pertanggungan ini dengan pemberitahuan tertulis kepada pihak yang bersangkutan

anggungan ini harus sudah berakhir pada hari terakhir dari jangka waktu yang bersangkutan jika Peserta telah
capaian usia 65 tahun

Nilai Polis Extra Rp 10.402.200,00

Jakarta, 16 Agustus 2012

Signature: BART DEBITUR SYARIAH BULANAN





ORIGINA

09

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SPECIMEN SHARIA CASH IN SAFE SCHEDULE

Policy No.	
Participant Name	
Address	
Business	
Instances or Situation	



Individual limits per Safe and/or Cashbox		
Make of safe	Address of the Participant's Premises	T S I
<h1>UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</h1>		

Excluded always, that the Company Shall Not be liable, for any loss directly or indirectly caused or brought about by or with the connivance of any inmate with the connivance of any inmate or member of the participant's households or business staff.

A detailed Record of all money in the safe shall be kept in some place other than the safe.

Whenever the Premises are left without a responsible adult actually there in the keys of safe shall be removed from the Premises.

When the Premises are occupied at night the keys of the Safe shall after the Premises are closed for business be removed to that part of the Premises in which the person responsible for the safe custody of the keys resides or shall be removed from the Premises.

Subject otherwise to the Terms, Exceptions and Conditions of the within Policy.

Mode of Indemnity	From the *bad date* 0, 0
	to the *bad date* 0, 0

Date of signature of proposal of declaration	*bad date* 0, 0
--	-----------------

Contribution Calculation	
Contribution	0.00 X 0.0000 % = 0.00
Policy Cost	0.00
Stamp Duty	0.00
TOTAL	0.00





NOTA DEBET

serta

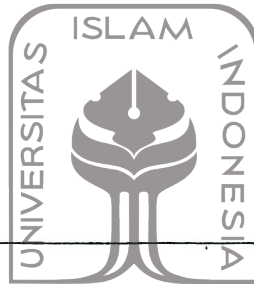
No. : F211241230023
 Relasi : 000000
 Tanggal : 22-02-2012

AMAL MULIA QQ.DEBITUR

ORIGINAL

No. Polis	Jenis Pertanggungan	Jangka Pertanggungan	Harga Pertanggung
2300 0212 0023	Kreasi		Rp. 460,000,00
			Kontribusi
			Rp. 8,067,25
			Potongan
			Rp.
			Biaya Polis
			Rp.
			Biaya Meterai
			Rp.
			Jumlah
			Rp. 8,067,25

ohon dikredit pada rekening kami/dibayar per Kas/juru tagih kami
 ohon dicantumkan No. Polis pada setiap pembayaran



UNIVERSITAS



NOTA KREDIT

serta

No. : F211241230023
 Relasi : 000000
 Tanggal : 22-02-2012

AMAL MULIA QQ.DEBITUR

ORIGINAL

No. Polis	Jenis Pertanggungan	Jangka Pertanggungan	Harga Pertanggung
2300 0212 0023	Kreasi		Rp. 460,000,00
			Kontribusi
			-
			Potongan
			XXXXXXXXXX
			Rp. 1,613,45
			Biaya Polis
			XXXXXXXXXX
			Rp. 48,40
			Biaya Meterai
			Jumlah
			Rp. 1 565 04

N

Komisi

Pajak Komisi

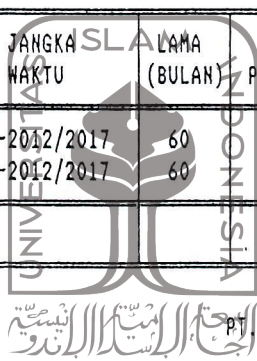
DAFTAR PESERTA KREASI DIVISI SYARIAH

POLIS : 4121 2300 0212 0023
TGL POLIS : 22-02-2012
NAMA :
QQ. BPRS AMAL MULIA QQ.DEBITUR

Hal : 1

NAMA PESERTA	TGL LAHIR/ UMUR/TAHUN	JANGKA WAKTU	SIKAWA (BULAN)	N I L A I PERTANGGUNGAN	KONTRIBUSI	KONTRIBUSI EXTRA	KET
ANWAR MUJI RAHARJO	28-11-1958	19-01-2012/2017	60	235,000,000	4,892,500		0
SYARIAH IRIANA, IR	23-07-1962	21-02-2012/2017	60	225,000,000	3,174,750		0
TOTAL SELURUH				460,000,000	8,067,250		0

SIKAWA PERTANGGUNGAN = Rp. 460,000,000
 KONTRIBUSI = Rp. 8,067,250



Jakarta, 22 Februari 2012
 PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA CABANG SYARIAH

Sesuai sisa Pinjaman

**UNIVERSITAS
 ISLAM
 INDONESIA**

ASKRIDA
PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA
Syariah



**POLIS ASURANSI
KREASI SYARIAH
UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA**

PERHATIAN

UNTUK MENGHINDARKAN TERJADINYA SALAH PENGERTIAN
DIMINTA AGAR PESERTA MEMBACA ISI POLIS INI DENGAN
SEBAIK-EAIKNYA. BILAMANA DALAM WAKTU 14 HARI SETELAH
POLIS DITERIMA TIDAK ADA KEBERATAN, MAKA PESERTA
DIANGGAP SETUJUJ DENGAN ISI DAN SYARAT-SYARAT POLIS

PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA
KANTOR UNIT SYARIAH

Pusat Niaga Cempaka Mas Blok M.1/36 Jl. Letjen. Soeprapto, Jakarta 10640
Telp. (021) 428 77210 (Hunting); Fax. (021) 4269148; E-mail: syariah@askrida.co.id

POLIS ASURANSI KREASI SYARIAH PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA UNIT SYARIAH

Bahwa Peserta yang disebutkan dalam Ikhtisar Polis ini telah mengajukan kepada Pengelola suatu permohonan tertulis yang dilengkapi dengan keterangan tertulis lainnya yang menjadi dasar dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Polis ini, maka dengan syarat Peserta telah membayar kontribusi kepada Pengelola sebagaimana disebutkan dalam Polis dan tunduk pada syarat-syarat, pengecualian-pengecualian dan ketentuan-ketentuan yang terkandung di dalamnya atau ditambahkan padanya, Pengelola akan membayar ganti rugi kepada Peserta sesuai dengan cara dan ketentuan-ketentuan dalam polis ini terhadap kerugian yang disebabkan oleh risiko-risiko yang dijamin dan ditegaskan dalam syarat serta kondisi yang tercetak, dilekatkan dan atau dicantumkan pada Polis ini.

Pasal 1 Definisi

Dalam syarat-syarat umum ini yang dimaksud dengan :

Asuransi Syariah adalah usaha saling melindungi, saling menanggung dan tolong menolong diantara para Peserta melalui pembentukan kumpulan dana tabarru' yang dikelola dan diinvestasikan untuk menghadapi risiko meninggal dunia melalui akad yang sesuai dengan syariah yang diperuntukan khusus bagi debitur suatu institusi keuangan.

Pengelola adalah PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah

Pemegang Polis adalah pihak yang mengadakan perjanjian Asuransi secara syariah dengan Pengelola.

Polis adalah Akte perjanjian Asuransi yang diterbitkan oleh Pengelola untuk Pemegang Polis

Peserta adalah Karyawan / nasabah / anggota dari Pemegang Polis yang atas dirinya diadakan perjanjian Asuransi Syariah sebagai Pemegang Polis kepada Pengelola.

Daftar Peserta adalah Daftar yang memuat data pertanggungn dari peserta.

Penerima Manfaat adalah yang oleh peserta ditunjuk untuk menerima Manfaat Asuransi, dalam hal ini Pemegang Polis.

Manfaat Asuransi adalah sejumlah uang yang akan dibayarkan oleh Pengelola kepada Pemegang Polis untuk Peserta atau Penerima Manfaat jika syarat-syarat untuk itu sudah dipenuhi.

Uang Pertanggungn adalah sejumlah uang yang besarnya tercantum dalam Daftar Peserta merupakan dasar untuk menghitung Manfaat Asuransi.

Surat Permintaan Asuransi adalah permohonan

penutupan Asuransi, yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari polis.

Data Peserta adalah informasi yang berisikan data pertanggungn dari Peserta yang diketahui Pemegang Polis dan yang merupakan dasar pertanggungn asuransi bagi setiap Peserta.

Akad adalah pertalian ijab (penawaran) dengan qabul (persetujuan) terhadap suatu obyek menurut cara-cara yang sesuai dengan syariah.

Wakalah bil'ujrah adalah akad pemberian kuasa dari Peserta kepada Perusahaan Asuransi (Pengelola) untuk mengelola dana Peserta dan/atau melakukan kegiatan lain dengan imbalan pemberian ujrah (fee).

Kontribusi adalah iuran yang dibayarkan oleh Pemegang Polis kepada Pengelola yang sebagian darinya untuk dikelola sebagai dana tabarru' dan sebagian lainnya sebagai ujrah untuk Pengelola sesuai dengan akad.

Dana Tabarru' adalah dana yang dihibahkan oleh Peserta kepada Kumpulan Peserta asuransi syariah dan pengelolaannya diamanahkan kepada Pengelola dimana dana tersebut akan digunakan untuk menolong setiap Peserta yang mengalami musibah yang dijamin dalam Polis ini.

Surplus / Defisit Dana Tabarru' adalah kelebihan / kekurangan dana tabarru' yang terkumpul tertentu setelah dikurangi klaim, kontribusi re-takaful dan cadangan-cadangan sesuai dengan prinsip syariah dan peraturan yang berlaku.

Al-Qardh Al-Hasan adalah suatu pinjaman murni dari dana milik Pengelola kepada dana tabarru' dalam hal dana tabarru' tidak mencukupi untuk membayar klaim yang terjadi dengan ketentuan bahwa pengembalian atas pinjaman tersebut dilakukan hanya atas pokok pinjaman ditambah biaya administrasi yang wajar (jika ada) setelah dana tabarru' memiliki surplus pada periode-periode berikutnya.

Cadangan Teknis adalah sejumlah dana yang dialokasikan untuk keperluan klaim yang telah disetujui namun belum dibayarkan (hutang klaim), dan atau klaim yang telah terjadi namun belum dilaporkan oleh Peserta, serta perhitungan kontribusi yang belum terpakai masa asuransinya.

Pihak Ketiga adalah semua pihak yang bukan Peserta, suami atau istri, anak, orang tua, dan

saudara sekandung, orang-orang yang bekerja pada dan orang-orang yang berada di bawah pengawasan Peserta.

Jika Peserta adalah Badan Hukum maka Pengurus, Pemegang Saham, Komisaris dan Karyawan/wati tidak termasuk dalam pengertian "Pihak Ketiga".

Risiko Sendiri adalah jumlah kerugian tertentu yang menjadi tanggungan Peserta untuk setiap kejadian.

Pasal 2 Akad

1. Pengelola menerima akad Wakalah bil ujah dari Peserta atau akad lainnya sebagaimana tercantum dalam Ikhtisar Polis.
2. Dalam akad Wakalah bil ujah, kontribusi yang dibayarkan oleh Peserta memiliki komposisi dana tabarru' dan ujah yang besarnya sebagaimana tercantum dalam Ikhtisar Polis.
3. Pengelola menerima wewenang penuh dari Peserta untuk melakukan pengelolaan atas risiko dan dana tabarru'
4. Dalam hal terjadi defisit dana tabarru', maka Pengelola memberikan Al-Qardh Al-Hasan.
5. Apabila pada akhir periode polis terdapat hasil positif yang diperoleh dari surplus dana tabarru' ditambah hasil investasi dana tabarru' dikurangi cadangan teknis, maka hasilnya akan dialokasikan kepada Peserta dan Pengelola dengan proporsi sebagaimana tercantum pada Ikhtisar Polis dengan ketentuan :
 - 5.1 Peserta tidak pernah menerima pembayaran klaim atau tidak sedang mengajukan klaim.
 - 5.1 Peserta tidak membatalkan polis.
 - 5.3 Peserta telah melunasi kontribusi yang menjadi kewajibannya untuk periode yang baru saja berakhir.
 - 5.4 Pembayaran akan dilakukan pada setiap akhir tahun takwim.

Pasal 3 Harta Benda dan/atau Kepentingan Yang Haram

Dengan ini dinyatakan dan disepakati bahwa keikut-sertaan asuransi syariah ini menjadi batal secara otomatis sejak awal periode keikut-sertaan apabila harta benda dan/atau kepentingan yang diikutse-takan dalam asuransi syariah ini digunakan untuk kegiatan yang haram termasuk tapi tidak terbatas pada :

1. Transaksi yang mengandung unsur Maysir perjudian / gambling).
2. Mengandung unsur Maksiat seperti pornografi dan pornoaksi dan sejenisnya.

3. Komoditi non halal (haram) seperti NAZA, babi, anjing, minuman beralkohol dan produk turunannya.
4. Transaksi Gharar (fiktif).
5. Transaksi yang mengandung unsur Zulum (penganiayaan / eksploitasi).
6. Transaksi yang mengandung unsur Riba (bunga / interest).
7. Transaksi yang mengandung unsur Riswah (suap, sogok).

Pasal 4 Dasar Perjanjian Asuransi

1. Semua keterangan, pernyataan, kesanggupan dan Surat Permintaan Asuransi Syariah beserta lampiran-lampiran yang telah diisi dan ditandatangani berdasarkan zas itikad baik oleh calon Pemegang Polis dan atau calon Peserta menjadi dasar perjanjian asuransi.
2. Apabila keterangan, pernyataan, kesanggupan dan Surat Permintaan Asuransi Syariah beserta lampiran-lampiran yang telah diisi dan ditandatangani tidak benar, maka Pengelola berhak membatalkan perjanjian asuransi tanpa mewajibkan Pengelola untuk mengembalikan kontribusi.
3. Dalam hal keterangan, pernyataan, kesanggupan dan Surat Permintaan Asuransi Syariah beserta lampiran-lampiran yang telah diisi dan ditandatangani tidak benar, maka perjanjian asuransi dapat dilanjutkan dengan penyesuaian menurut keadaan yang sebenarnya.

Pasal 5 Prosedur Perjanjian Asuransi

Calon Pemegang Polis yang ingin mengadakan perjanjian asuransi dengan Pengelola, harus mengisi dan menandatangani Surat Permintaan Asuransi Syariah beserta lampiran-lampiran untuk keperluan itu dan menyerahkannya kepada Pengelola.

1. Pengisian dan penandatanganan Surat Permintaan Asuransi Syariah hanya dilakukan satu kali pada saat permulaan permintaan perjanjian asuransi.
2. Pengisian dan penandatanganan data Peserta dilakukan pada saat permulaan permintaan perjanjian asuransi dan pada setiap mutasi Peserta atau untuk keperluan pembatalan data.

Pasal 6 Mulai Berlaku dan Berakhirnya Asuransi

1. Asuransi untuk tiap Peserta mulai berlaku pada tanggal sebagaimana tercantum dalam Daftar Peserta dan Kontribusi telah dibayar lunas.
2. Asuransi untuk tiap Peserta akan berakhir

pada :

- a. tanggal sebagaimana tercantum pada Daftar Peserta atau;
- b. tanggal Peserta meninggal dunia atau;
- c. tanggal Peserta dinyatakan keluar dari kepesertaan Asuransi oleh Pemegang Polis.

Pasal 7 Pembayaran Kontribusi

1. Kontribusi harus dibayar dimuka pada tanggal pencairan kredit/pembiayaan bagi tiap Peserta.
2. Jika karena sesuatu hal penagihan kontribusi tidak dilakukan tepat pada waktunya oleh Pengelola, maka Pemegang Polis tetap berkewajiban untuk membayar kontribusi tersebut.
3. Pelaksanaan pembayaran kontribusi dilakukan oleh Pemegang Polis kepada Pengelola dan dilakukan melalui transaksi pindah rekening.
4. Apabila kontribusi dibayar dengan cek/giro bilyet, maka pembayaran dinyatakan lunas setelah cek/giro bilyet itu dapat diuangkan.

Pasal 8 Pembayaran Manfaat Asuransi

1. Manfaat Asuransi akan dibayarkan Pengelola kepada Peserta atau kepada Penerima Manfaat dalam hal Peserta meninggal dunia melalui Pemegang Polis, setelah bukti-bukti sebagaimana dimaksud Pasal 9 telah diterima dengan lengkap dan disetujui oleh Pengelola.
2. Pembayaran Manfaat Asuransi akan diperhitungkan dengan semua hutang-hutang, bunga atau tunggakan kontribusi jika ada.
3. Kwitansi atau tanda terima yang sah atas pembayaran Manfaat Asuransi yang telah ditandatangani oleh Pemegang Polis merupakan tanda bukti pembayaran dan membebaskan Pengelola dari semua kewajiban berdasarkan perjanjian Asuransi ini, terhadap semua tuntutan dan gugatan dari pihak manapun.

Pasal 9 Pengecualian

Pengelola tidak akan membayar Manfaat Asuransi dalam hal Peserta meninggal dunia akibat :

- a. bunuh diri atau dihukum mati oleh Pengadilan yang berwenang.
- b. melakukan perbuatan melanggar hukum;
- c. terlibat perkelahian, kecuali sebagai pihak yang mempertahankan diri;
- d. sebagai akibat perbuatan yang dilakukan oleh pihak yang berkepentingan terhadap Manfaat Asuransi;
- e. pekerjaan atau kegemaran Peserta yang mengandung risiko tinggi, seperti buruh tambang, penyelam, balap mobil, olah raga terbang layang/penerjun atau pekerja-pekerja/kegemaran-kegemaran lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu, sepanjang risiko itu tidak dipertanggungjawabkan.

- f. kecelakaan pesawat penumpang, pesawat udara yang tidak diselenggarakan oleh perusahaan dengan jadwal tetap dan teratur.
- g. perang, perang saudara, perbuatan kekerasan dalam pemberontakan, huru-hara, pengacauan atau perbuatan terror lainnya.

Pasal 10 Syarat-Syarat Untuk Mengajukan Pembayaran Klaim Manfaat Asuransi

1. Dokumen-dokumen yang diperlukan sebagai syarat untuk pengajuan pembayaran klaim Manfaat Asuransi sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 8 :
 - a. surat pengajuan pembayaran Manfaat Asuransi dari Pemegang Polis atas peserta dengan menyebutkan Nomor Peserta;
 - b. serta bukti mengenai kecelakaan diri dari Kepolisian dalam hal peserta mengalami kecelakaan atau;
 - c. surat keterangan meninggal dunia dari Pamong Praja setempat atau;
 - d. surat keterangan sebab-sebab meninggal dunia dari Dokter, jika meninggal di rumah sakit.
 - e. foto copy KTP Peserta.
 - f. copy perjanjian akad kredit.
 - g. copy rekening koran pada saat Peserta meninggal
 - h. Surat Pernyataan Kesehatan (SPK) asli atas nama peserta yang bersangkutan.
2. Pengelola berhak meminta dokumen-dokumen lain yang dipandang perlu dalam hubungannya dengan pengajuan klaim Manfaat Asuransi.
3. Dokumen-dokumen yang dimaksud ayat (1) butir b, c, dan d tersebut diatas, dibutuhkan dalam hak Peserta meninggal dunia.

Pasal 11 Jangkauan Perlindungan

Pengelola menjamin risiko selama 24 jam berdasarkan perjanjian Asuransi ini apabila Peserta meninggal dunia atau mengalami peristiwa dimanapun di seluruh dunia.

Pasal 12 Ketentuan Lain

A. Klausul Akad Wakalah

Dengan ini saya setuju untuk berpartisipasi atau menjadi Peserta asuransi umum syariah, dan menunjuk PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah sebagai wakil yang berfungsi sebagai Pengelola untuk melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Melakukan pengelolaan dana tabarru' sesuai dengan prinsip syariah
2. Membayarkan klaim atau insurance benefits, provisi & cadangan sesuai

dengan ketentuan dan kebijakan yang berlaku.

Selanjutnya dengan ini saya mengikatkan diri dengan perjanjian polis PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah dan saya bersedia untuk membayar kontribusi sebagai dana tabarru' untuk membantu sesama Peserta lainnya yang terkena musibah.

Selanjutnya juga saya setuju dengan ketentuan-ketentuan dalam Akad Wakalah ini sebagai berikut :

A. Pengelola selaku wakil menerima kontribusi bruto yang dibayarkan oleh Peserta dengan alokasi 60% sebagai dana tolong menolong (dana tabarru') dan 40% sebagai wakalah fee (ujrah)

B. Pada akhir periode kepesertaan apabila terdapat surplus operasional dari dana tabarru' maka Pengelola akan memperoleh 60% sebagai insentif sedangkan sisanya 40% akan didistribusikan secara proporsional sebagai bagian dari kontribusi periode perpanjangan dari tiap Peserta dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Peserta tidak pernah menerima pembayaran klaim atau pengajuan klaim sedang dalam proses sama dengan atau melebihi kontribusi yang telah dibayarkan atas dana kepesertaan.
- b. Peserta tidak membatalkan Perjanjian Polis PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah.
- c. Peserta melakukan perpanjangan periode keikutsertaannya.
- d. Peserta telah melunasi kontribusi yang menjadi kewajibannya.

B. Klausul Defisit Dana Tabarru'

Jika dalam pengelolaan dana tabarru' tersebut mengalami defisi: underwriting, maka :

1. Pengelola (PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah) akan menanggulangi kekurangan tersebut dalam bentuk **qardh (pinjaman)**, dimana pinjaman (qardh) ini bukan untuk membuat menjadi surplus dana tabarru' melainkan sebagai bantuan "cash flow" agar kewajiban tidak berkurang.
2. Pengembalian dana qardh kepada Pengelola (PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah) ditutup dari **Surplus Dana Tabarru'**.

C. Klausul Mekanisme Pembayaran Insentif (Surplus Dana Tabarru')

- a. Realisasi pembayaran dana insentif (surplus dana tabarru') pada akhir periode penutupan asuransi akan dilakukan apabila secara

akumulasi nilai dana insentif (surplus dana tabarru') sebesar diatas Rp. 25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah)

b. Apabila dana insentif (surplus dana tabarru') pada akhir periode perolehan dana insentif dibawah Rp. 25.000,- (dua puluh lima ribu rupiah), maka realisasi pembayarannya akan ditunda sampai dengan periode penutupan asuransi tahun-tahun berikutnya.

c. Apabila dana insentif (surplus dana tabarru') pada akhir periode penutupan asuransi secara akumulasi nilainya dibawah Rp. 25.000,-(dua puluh lima ribu rupiah), dan tidak dilakukan perpanjangan penutupan asuransinya, maka peserta merelakan dana insentif tersebut untuk dihibahkan menjadi "**Dana Kebajikan**".

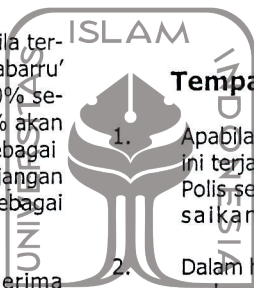
Pasal 13

Tempat Kedudukan Perselisihan

1. Apabila dalam pelaksanaan perjanjian Asuransi ini terjadi perselisihan, Pengelola dan Pemegang Polis sepakat untuk pertama kali akan menyelesaikannya melalui cara musyawarah.

2. Dalam hal musyawarah sebagaimana yang dimaksud ayat (1) tidak berhasil, maka Pengelola dan Pemegang Polis sepakat untuk menyelesaikan perselisihan tersebut melalui Kantor Pengadilan Agama yang terdekat dengan domisili Pemegang Polis dan Kantor Pusat / Kantor Unit / Perwakilan Pengelola.

---oo0oo---



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Kantor Unit Layanan Syariah

JAKARTA

Wisma Bhakti Mulia Lt. 5
Jl. Kramat Raya No. 160
Jakarta 10430
Telp. (021) 3916773-74
Fax. (021) 3916775

SURABAYA

Jl. Rajawali No. 48 A
Surabaya
Telp. (031) 3537773
Fax. (031) 3537278

BANDUNG

Jl. BKR No. 20
Bandung
Telp. (022) 7316000
Fax. (022) 7305444

MAKASSAR

Rukan Ratulangi
(Depan Gd. PT. Bank Sulsel)
Jl. Dr. Sam Ratulangi Blok A-2 No.17
Makassar
Telp. (0441) 877600
Fax. (0441) 857919

MEDAN

Jl. Imam Bonjol No. 18
Medan
Telp. (061) 4155100
Fax. (061) 4153770

PADANG

Gd. Bank Nagari Lt. III
Jl. Pemuda No. 21
Padang
Telp. (0751) 31914-30521
Fax. (0751) 34177

PALEMBANG

Jl. Radial No. 63 E
Palembang
Telp. (0711) 377396-97
Fax. (0711) 377395

PEKANBARU

Perkantoran Sudirman Square
Blok A No. 3A Jl. Jend. Sudirman
Pekanbaru - Riau
Telp. (0761) 34426
Fax. (0761) 848339

PONTIANAK

Jl. I Gusti Ngurah Rai Blok G/2
Pontianak
Telp. (0561) 764789
Fax. (0561) 740334

SAMARINDA

Gd. BPD Kaltim Lt. 3
Jl. Jend. Sudirman No. 33
Samarinda
Telp. (0541) 741369
Fax. (0541) 737041

D.I YOGYAKARTA

Jl. Bugisani No. 38 Patangpuluhan
Yogyakarta
Telp. (0274) 414643
Fax. (0274) 414216

SERANG

Jl. KH. Fatah Hasan
Ruko Sukses R 10 Cijawa
Serang - Banten
Telp. (0254) 223123
Fax. (0254) 207139

BANJARMASIN

Pertokoan Hotel Victoria
Jl. Lambung Mangkurat No. 48 -10
Banjarmasin
Telp. (0511) 7444333
Fax. (0511) 3352000

BANDA ACEH

Jl. MRT. Mohammad Hasan No.6
Banda Aceh
Telp. / Fax. (0651) 3342831

MATARAM

Komplek Ruko Sriwijaya
Town Palace No. 27
Jl. Sriwijaya - Mataram
Telp. (0370) 635522, 621218
Fax. (0370) 644485

SEMARANG

Komplek Griya Kanaan
Jl. Dr. Cipto No. 151 - Semarang
Telp. (024) 8412894
Fax. (024) 8412894 Ext. 88

DENPASAR

Jl. Bakung Sari No. 1 Kuta
Kab. Badung
Telp. (0361) 750304
Fax. (0361) 759009

BENGKULU

Cabang Pembantu Pasar Minggu
Jl. Jend. Sudirman No. 56 B
Bengkulu
Telp. / Fax. (0736) 344428

LAMPUNG

Jl. Wolter Monginsidi No. 158 A
Teluk Betung - Bandar Lampung
Telp. (0721) 485703
Fax. (0721) 485729

MANADO

Jl. Sarapung Ruko No. 9
Depan Gereja Sentrum - Manado
Telp. (0431) 843219
Fax. (0431) 862024

JAMBI

Gedung BPD Jambi Lt. 3
Telanaipura, Jambi 36112
Telp. / Fax. (0741) 63880



SURAT PERNYATAAN KESEHATAN PESERTA ASURANSI KREASI SYARIAH

1. Nama Peserta : Lk/Pr^{*)}
 2. Tempat/Tanggal Lahir :
 3. Pekerjaan (sebutkan jenisnya) :
 4. Berat Badan / Tinggi Badan : Kg / Cm
 Bertambah / berkurangnya^{*)} berat badan dari tahun lalu : Kg
 5. Uang Pertanggungan (UP)/ Kredit : Rp.

Pertanyaan	Ya / Tidak	Jika "Ya" jelaskan
6. Apakah Anda dalam keadaan sehat ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
7. Apakah Anda dalam 3 (tiga) tahun terakhir atau saat ini dalam perawatan Dokter ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
8. Apakah Anda pernah atau sedang menderita suatu penyakit :		
a. Sistem peredaran darah, seperti tekanan darah tinggi/rendah, jantung, dll.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
b. Sistem pernapasan, seperti TBC, Asma, bronchitis, saluran pernapasan, paru-paru, dll.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
c. Sistem urogenitalis, seperti penyakit ginjal, kelamin, saluran kencing, dll.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
d. Sistem pencernaan, seperti penyakit hati, sakit kuning, maag, dll.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
e. Sistem syaraf atau mental, seperti epilepsy, gangguan mental, dll.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
f. Yang tidak disebut diatas, seperti kanker, tumor, diabetes, telinga, mata, dll. (Lingkari penyakit yang diderita bila ada).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
9. Apakah Anda mengikuti kegiatan penerbangan (kecuali sebagai penumpang), balapan, menyelam atau kegiatan olah raga yang berbahaya ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
10. Hanya untuk wanita : Apakah Anda pernah menderita penyakit di daerah payudara, kandungan atau kesulitan ketika melahirkan ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
11. - Apakah Anda pernah mengajukan permintaan Asuransi Jiwa / Kecelakaan yang ditolak ?	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	
- Apakah Anda telah mempunyai polis asuransi jiwa ? Jika Ya, pada perusahaan mana dan berapa UP-nya ? Sebutkan nomor polisnya.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	

Pertanyaan tersebut diatas telah saya jawab dengan sejujurnya dan menurut keadaan yang sebenarnya, dan saya dengan sadar bahwa jika ada sesuatu hal yang saya ketahui tidak saya beritahukan atau saya dengan sengaja menjawab tidak benar, maka PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah berhak membatalkan atau menolak melakukan pembayaran klaim.

Selanjutnya saya memberi persetujuan kepada Dokter yang telah dan akan memeriksa saya, untuk memberikan keterangan yang diminta PT. Asuransi Bangun Askrida Unit Syariah mengenai penyakit atas keadaan kesehatan saya, baik sebelum maupun sesudah meninggal dunia.

Melihat dan Menyetujui
Calon Pemegang Polis / Pejabat Bank

Calon Peserta

(.....)

(.....)



LAPORAN MEDIS PEMERIKSAAN BADAN UNTUK ASURANSI JIWA

<p>1. UMUM</p> <p>a. Identitas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nama - Tempat & Tgl Lahir - Alamat <p>b. Kenalkah Saudara dengan Calon ?</p> <p>c. Apa yang menjadi bukti dirinya ?</p>	<p style="text-align: right;">..... Pria Wanita</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>2. ANAMNESA :</p> <p>a. Sepadankah umur dengan rupanya ?</p> <p>b. Adakah tanda-tanda luar yang memberikan kesan bahwa menderita suatu penyakit kronis atau high risk</p> <p>c. Adakah obat-obatan yang diminum teratur/jangka panjang ?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>3. UKURAN-UKURAN</p> <p>a. Tinggi Badan tanpa tanpa sepatu : cm</p> <p>b. Berat badan tanpa sepatu : cm</p> <p>c. Lingkar leher : cm</p> <p>d. Lingkar perut : cm</p> <p>e. Lingkar dada : cm</p> <p>- Tarik nafas : cm</p> <p>- (keluar Nafas) : cm</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>4. TELINGA HIDUNG, TENGGORAKAN, MATA</p> <p>a. Bagaimana Keadaan :</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Mata</td> <td style="width: 50%;">4. Lidah</td> </tr> <tr> <td>2. Telinga</td> <td>5. gigi</td> </tr> <tr> <td>3. Hidung</td> <td>6. Tenggorakan</td> </tr> </table> <p>b. Adakah Kelainan-kelainan pada leher, misalnya gejala-gejala basedow atau struma ? Pembesaran kelenjar ludah, kelenjar limfa</p>	1. Mata	4. Lidah	2. Telinga	5. gigi	3. Hidung	6. Tenggorakan	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1.....</td> <td style="width: 50%;">4.....</td> </tr> <tr> <td>2.....</td> <td>5.....</td> </tr> <tr> <td>3.....</td> <td>6.....</td> </tr> </table> <p>.....</p> <p>.....</p>	1.....	4.....	2.....	5.....	3.....	6.....
1. Mata	4. Lidah												
2. Telinga	5. gigi												
3. Hidung	6. Tenggorakan												
1.....	4.....												
2.....	5.....												
3.....	6.....												
<p>5. KERANGKA OTOT DAN URAT SYARAF</p> <p>a. Bagaimanakah keadaan kerangka, otot dan gizinya ?</p> <p>b. Adakah persangkaan penyakit pada otak, spinal dan urat syaraf ?</p> <p>c. Bagaimana reflek-reflek patologis ?</p> <p>d. Adakah tanda-tanda kelainan neurelogik misalnya tremor, paralyse, dll ?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>6. RONGGA DADA DAN PARU-PARU</p> <p>a. Adakah kelainan pada bentuk rongga dada ?</p> <p>b. Adakah pernafasan symetris dan teratur ?</p> <p>c. Adakah kelainan pada perkussi dan auskultasi ?</p> <p>d. Adakah calon asthmatic ?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>7. SIRKULASI DARAH</p> <p>a. Tekanan darah :- Systolik</p> <p style="padding-left: 20px;">- Diastolik</p> <p style="padding-left: 20px;">Pengukuran diulang sesudah 5 menit, jika tekanan Darah lebih dari 140/90</p> <p>b. Nadi</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												
Istirahat	Tekuk Lutut	5 Menit kemudian											
Rata-rata permenit													
Extra Systole													
<p>c. Adakah tanda-tanda peripheral vascular disease ?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p>												
<p>8. JANTUNG</p> <p>a. Dimanakah Letus cordis dapat diraba ?</p> <p>b. tentukan batas-batas jantung !</p> <p>c. Adakah tanda-tanda pembesaran jantung ?</p> <p>d. Adakah tanda-tanda dari dekomersasi kordis ?</p> <p>e. Adakah murmur atau bunyi-bunyi jantung yang tidak normal ?</p>	<p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>												

GULAN SYIFA' ASKRIDA:

PERLU MENGIKUTI PEMERIKSAAN HATAN.

DAPATKAN KARTU ASURANSI HATAN DENGAN SISTEM MAGNET E) DAN SHOWING.

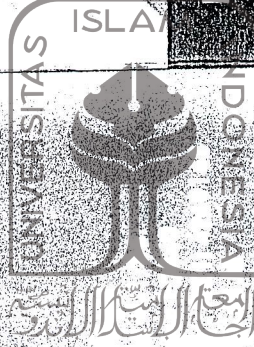
YANAN DAN PEMBAYARAN KLAIM CEPAT.

DAPATKAN SANTUNAN MENINGGAL A KIBAT KECELAKAAN SESUAI PLAN BENEFIT YANG DIAMBIL.

IDA MEMILIKI JARINGAN KERJA SAMA SAN RUMAH SAKIT, KLINIK, DAN TIK DI SELURUH INDONESIA.

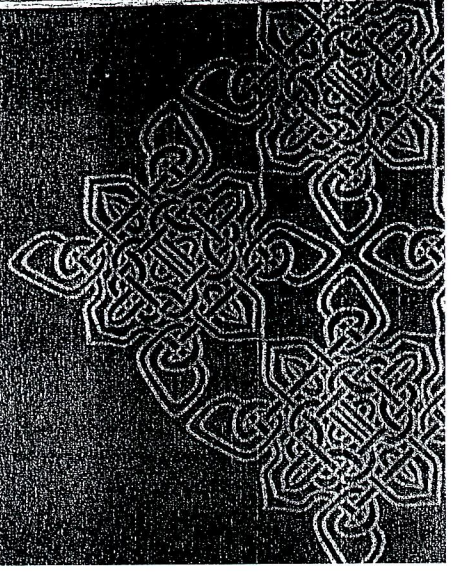
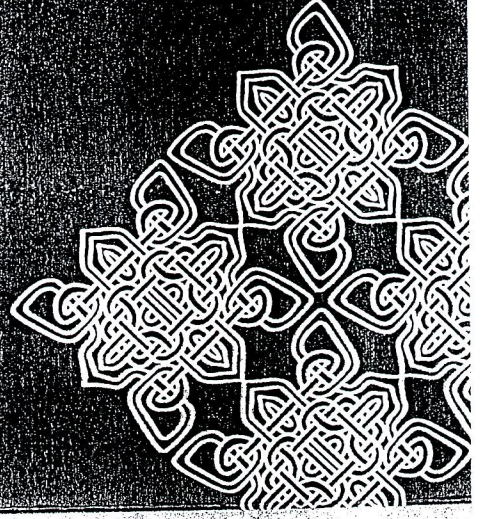
JURUH TRANSAKSI PENGELOLAAN KESEHATAN DILAKUKAN RA TRANSPARAN.

ASKRIDA
Syifa'ah
UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA



KAMI MENJAGA SEPENUH HATI

Informasi lebih lanjut hubungi





SYIFA' ASKRIDA
begitu lengkap dan fleksibel dalam cara pembayaran klaim

mekanisme pengelolaan dana **SYIFA' ASKRIDA** menguntungkan peserta



hatan menjadi begitu penting untuk dikelola ya mengingat hal hal sebagai berikut

ingat setiap tahun. Kenyataan menunjukkan akan biaya kesehatan cenderung lebih tinggi inflasi.

an risiko. Sakit tidak mengenal siapa kapan a.ketidakpastian terjadinya penyakit, jenis dan yebutannya memunculkan risiko yang perlu an dengan baik.

ragaman. Penyakit memunculkan keaneka silitas penyembuhan seperti jasa dokter, rumah suk berbagai jenis peralatan, obat-obatan dan nyembuhan lainnya.

ministrasi. Penggantian biaya kesehatan bersifat erjadi secara harian sehingga membutuhkan ministrasi yang tinggi

SKRIDA

produk asuransi kesehatan yang dirancang bantu mengatasi karakteristik diatas. Produk dengan mekanisme asuransi syariah dak terduga meningkatkan biaya kesehatan gi bersama-sama oleh seluruh peserta (g)

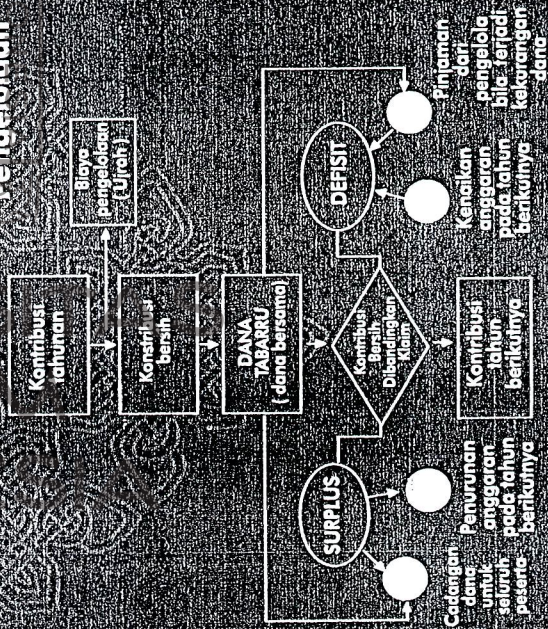
administrasi pelayanan kesehatan Komprehensif tiap dirumah sakit, pembedahan, rawat jalan perawatan gigi, penggantianacamata dan meninggal dunia akibat kecelakaan. dll.

Metode pembayaran klaim kesehatan dapat dipilih diantara dua sistem sebagai berikut:

a. **Provider System.** Dalam sistem ini, setiap peserta akan dilayani oleh jaringan prov. der yang telah bekerja sama dengan PT Asuransi Bangun Askrida sistem pembayaran klaim ini memungkinkan setiap peserta pelayanan tanpa harus melakukan pembayaran dimuka (Cashless)

b. **Reimburse menif System.** Dalam sistem ini para peserta akan diberi kebebasan untuk memilih dokter dan rumah sakit yang dituntut dengan membayar terlebih dahulu semua biaya pemeriksaan dan perawatan. Keseluruhannya untuk kemudian memperoleh penggantian sesuai paket program yang dimiliki

Mekanisme Pengelolaan



Mekanisme program SYIFA' ASKRIDA adalah sbg;

1. **Kontribusi.** Pengelola menetapkan kontribusi perusahaan yang terdiri dari kontribusi bersih (biaya kesehatan seluruh peserta) dan biaya pengelolaan program.
2. **Dana Tabarru.** Kontribusi bersih (Kontribusi yang telah dikurangi biaya pengelolaan) dikumpulkan kedalam dana tabarru yaitu dana dari seluruh peserta.
3. **Surplus.** Apabila biaya klaim lebih kecil dari kontribusi bersih maka surplus yang tersedia akan digunakan untuk
 - a. **Pertama,** sebagian dikembalikan kepada peserta dan kemudian digunakan untuk menurukan anggaran tahun berikutnya setelah memperhitungkan inflasi
 - b. **Kedua,** sebagian digunakan sebagai cadangan keberlanjutan yang menyatu dengan dana tabarru
 - c. **Ketiga,** sebagian lainnya digunakan untuk mengembalikan pinjaman kepada pengelola.
4. **Defisit.** Apabila terjadi defisit maka anggaran tahun berikutnya akan disesuaikan dengan memperhitungkan:
 - a. **Anggaran tahun lalu.**
 - b. **Infiasi** biaya kesehatan.
 - c. **Pengurangan** atas dana cadangan.
 - d. **Surplus** dana tabarru tahun berjalan.
5. **Pinjaman Dana.** Pengelola akan memberikan pinjaman apabila dana tabarru mengalami defisit dan pengembalian/tanpa bunga akan dilakukan apabila Dana Tabarru dalam kondisi Surplus.
6. **Laporan Berkala.** Keseluruhan mekanisme diatas dijalankan secara transparan sesuai dengan seluruh ketentuan yang berlaku dalam polis.

ASKRIDA
PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA

Syariah



**Mitra Dalam Usaha
Pelindung Dalam Duka**



- | | | |
|--|--|---|
| JAKARTA
Wisma Bhakti Mulia Lt. 5
Jl. Kramat Raya No. 160
Jakarta 10430
Telp. (021) 3916773-74
Fax. (021) 3916775 | PEKANBARU
Perkantoran Sudirman Square
Blok A No. 3A, Jl. Jend. Sudirman
Pekanbaru - Riau
Telp. (0761) 34126
Fax. (0761) 846339 | MATARAM
Komplek Ruko Siwigiya
Town Palace No. 27
Jl. Sriwijaya - Mataram
Telp. (0370) 635522, 621218
Fax. (0370) 644485 |
| SURABAYA
Jl. Rajawali No. 49 A
Surabaya
Telp. (031) 353773
Fax. (031) 353728 | PONTIANAK
Jl. I Gusti Naurah Rai Blok G/2
Pontianak
Telp. (0561) 784789
Fax. (0561) 740334 | SEMARANG
Komplek Griya Kanaan
Jl. Dr. Cipto No. 151 - Semarang
Telp. (024) 8412894
Fax. (024) 0412094 Ext. 00 |
| BANDUNG
Jl. BKR No. 20
Bandung
Telp. (022) 7316000
Fax. (022) 7305444 | SAMARINDA
Gd. DPO Kalitim Lt. 3
Jl. Jend. Sudirman No. 99
Samarinda
Telp. (0541) 741369
Fax. (0541) 737041 | DENPASAR
Jl. Dakung Duri No. 1 Kula
Kab. Badung
Telp. (0361) 760304
Fax. (0361) 769009 |
| MAKASSAR
Rukan Rattulangi
(Depan Gd. PT. Bank Sulsel)
Jl. Dr. Sam Ratuwangi Blok A/2 No. 17
Makassar
Telp. (0441) 877600
Fax. (0441) 857919 | DJ. YOGYAKARTA
Jl. Bugisan No. 38 Patangpuluhan
Yogyakarta
Telp. (0274) 414643
Fax. (0274) 414216 | BENGKULU
Cabang Pembantu Pasar Minggu
Jl. Jend. Sudirman No. 56 B
Bengkulu
Telp. / Fax. (0708) 344428 |
| MEDAN
Jl. Imam Bonjol No. 18
Medan
Telp. (061) 4155100
Fax. (061) 4153770 | SELANG
Jl. M.H. Falaah Hasbi
Ruko Sukses R 10 Cijipw
Serang - Banten
Telp. (0254) 223123
Fax. (0254) 207133 | LAMPUNG
Jl. Wipiter Mokingsur No. 158 A
Teluk Betung - Bandar Lampung
Telp. (0721) 446703
Fax. (0721) 446729 |
| PADANG
Gd. Bank Nagari Lt. III
Jl. Pemuda No. 21
Padang
Telp. (0751) 31914-30521
Fax. (0751) 34177 | BANJARMASIN
Perkuliaan Hotel Valtoria
Jl. Lambang Mangkurat No. 48 - 10
Banjarmasin
Telp. (0511) 7444333
Fax. (0511) 3352000 | MANABU
Jl. Saragbung No. 9
Depan Gereja Sentinum - Manado
Telp. (0431) 843219
Fax. (0431) 862024 |
| PALEMBANG
Jl. Radial No. 63 B
Palembang
Telp. (0711) 377396-97
Fax. (0711) 377395 | BANDA ACEH
Jl. M.T. Mohamad Hasan No. 6
Banda Aceh
Telp. / Fax. (0651) 3342831 | JAMBI
Gedung BPD Jambi Lt. 3
Telanipura, Jambi 36112
Telp. / Fax. (0741) 63880 |



Informasi lebih lanjut hubungi :

KANTOR UNIT SYARIAH
Pusat Niaga Cempaka Mas M. 1/36
Jl. Lejen. Soeprapto, Jakarta 10640
Telp. (021) 42877210 (Hunting); Fax. (021) 4269148
Email: syariah@askrida.co.id



Santunya berurusan syariah

ASURANSI PEMBANGUNAN

an atau kerusakan yang terjadi secara tidak terduga
ada banyak yang diasuransikan dari suatu pekerjaan
sisi selama periode pembangunannya.

ASURANSI MESIN

ian atau kerusakan yang terjadi secara tidak terduga
arena kerusakan fisik pada mesin-mesin yang
ang disebabkan oleh cacat bahan dan pembuatan,
kecerobohan, arus pendek atau dari penyebab
sepanjang tidak dicekualikan dalam polis.

ASURANSI PEMASANGAN MESIN

ian atau kerusakan yang terjadi secara tidak terduga
arena kerusakan fisik pada mesin-mesin yang
elama pemasangan dan penyebab-penyebab yang
an dalam polis.

PRODUK ASURANSI LAINNYA

- Asuransi Kesehatan
- Asuransi Tanggung Gugat
- Dan produk asuransi lainnya

Bangun Askrida Unit Syariah merupakan asuransi swasta nasional yang dalam ya menggunakan prinsip-prinsip syariah.

n memasarkan berbagai macam produk syariah

kecelakaan Diri

easi

ndaraan Bermotor

bakalah

ongkat-karat

ing

gangkutan- Barang

ngkat kapal

mbangunan

esin

masangan Mesin

ransi Lainnya

ASURANSI KECELAKAN DIRI

lunan karena meninggal dunia, cacat tetap / cacat
un penggantian biaya pengobatan yang disebabkan
g dialami peserta asuransi.

ASURANSI KREASI

ur / nasabah yang menerima fasilitas pembiayaan
/ Bank Pemerintah / Bank Swasta yang menjadi
si, atas risiko meninggal dunia karena sakit atau
i bila diperlukan dapat diberikan perluasan jaminan
tusan hubungan kerja (PHK) atau pergantian antar
lengan mengacu pada ketentuan yang berlaku.

ASURANSI KENDARAAN BERMOTOR

Menjamin kerugian kerusakan atau kehilangan atas kendaraan bermotor yang disebabkan oleh tabrakan, benturan, terbalik, perbuatan jahat orang lain, pencurian, kebakaran, sambaran petir dan dapat diperluas dengan jaminan atas risiko-risiko tanggung jawab hukum terhadap pihak ketiga (TPL), huru-hara (RSCC), sabotase dan terorisme, kecelakaan diri pengemudi / penumpang (PA) dan bencana alam.

ASURANSI KEBAKARAN

Menjamin kerugian kerusakan atas harta benda atau kepentingan yang dipertanggungjawabkan secara langsung oleh kebakaran, sambaran petir, ledakan, kejatuhan pesawat udara dan asap. Selain itu dapat juga diperluas atas risiko-risiko kerusakan pemogokan dan perbuatan jahat, huru-hara, banjir dan kerusakan akibat air, angin topan, badai, gempa bumi, letusan gunung berapi dan tsunami.

ASURANSI KEBONGKARAN

Menjamin kerugian kepada peserta asuransi atas hilang atau rusaknya harta benda dan tempat tinggal yang dipertanggungjawabkan akibat adanya pencurian atau usaha pencurian yang disertai tindakan kekerasan selama periode penutupan asuransi.

ASURANSI UANG

Menjamin kerugian atas uang (termasuk dalam pengertian uang ini adalah cek perjalanan, wesel, logam mulia, obligasi, saham, dan surat berharga lainnya) yang berada dalam tempat penyimpanan lemari besi atau berada di dalam cashier box atau yang sedang dalam perjalanan atau pengiriman dari risiko pencurian, perampokan, kehilangan, pembongkaran atau penggelapan, sepanjang risiko tersebut tidak dicekualikan dalam polis.

ASURANSI PENGANGKUTAN BARANG

Menjamin kerugian kepada peserta asuransi atas barang yang diangkut dari tempat asal ketempat tujuan baik melalui pengangkutan darat, laut dan udara dengan pilihan luas jaminan sebagai berikut :

• Institute Cargo Clauses (C)

Menjamin risiko-risiko yang disebabkan oleh :

- Kerugian atau kerusakan karena kebakaran atau peledakan, alat pengangkut darat selip atau terbalik, pembongkaran muatan dipelabuhan darurat, pemuatan barang dengan sengaja kelaut untuk penyelamatan, perjalanan, kapal kandas, tenggelam atau terbalik.
- Biaya-biaya yang timbul karena penyelamatan (salvage charges) atau General Average yang dilakukan berhubungan dengan bahaya-bahaya selama perjalanan.

• Institute Cargo Clauses (B)

Menjamin seluruh kerugian yang dijamin dalam ICC (C), ditambah kerugian atau kerusakan karena :

- Gempa bumi, letusan gunung berapi atau petir.
- Jatuhnya barang kelaut karena tersapu ombak.
- Masuknya air laut, air danau, air sungai kedalam palka, peti kemas atau tempat penimbunan barang diatas kapal sehingga menyebabkan rusaknya barang milik tertanggung.
- Total Loss atas suatu paket barang yang terjadi selama pembongkaran / pemuatan barang.

Institute Cargo Clauses (A)

Penutupan All Risk Asuransi, menjamin seluruh kerugian atau kerusakan terhadap barang yang diangkut sebagai kargo sepanjang tidak dicekualikan dalam polis tersebut.

ASURANSI RANGKA KAPAL

Menjamin kerugian atau kerusakan atas rangka dan mesin kapal yang disebabkan oleh bahaya-bahaya laut, kebakaran, ledakan, perampokan, dll selama periode asuransi.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

No. 016 /KLAIM/ULS - DIY/XII - 2012

Yogyakarta, 27 Desember 2012

Kepada Yth,
BANK BPD DI YOGYAKARTA
Cabang Syariah
Jl. Cik Di Tiro No. 34



Dengan hormat,

Hal : Pembayaran Klaim PA Kreasi

Bersama ini mohon kiranya dapat dipindai bukukan uang sebesar Rp 7.777.778,- (*Tujuh juta tujuh ratus tujuh puluh tujuh ribu tujuh ratus tujuh puluh delapan rupiah*) sebagai pembayaran klaim PA Kreasi atas nama nasabah sebagai berikut :

- Nomor LKS : 21/23/1212/0016
- Nama Nasabah : Alm. Muhammad Yusuf Wibisono
- Nomor Peserta : 06
- Jumlah Klaim : Rp 7.777.778,-

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama baik yang diberikan kami ucapkan terima kasih

Hormat kami
PT ASURANSI BANGUN ASKRIDA Syariah
Kantor Unit Layanan Syariah DIY

Syaiful

ASKRIDA

PT ASURANSI BANGUN ASKRIDA
Syariah

KANTOR UNIT LAYANAN SYARIAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
Jl. Bugisan No. 38 Yogyakarta Telp. (0274) 414216, 414643, Fax. (0274) 414216

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LAPORAN KERUGIAN SEMENTARA MENINGGAL DUNIA LKP No. :21/23/1212/0016

I. DATA AKSEPTASI

- a. Nama Tertanggung : BANK BPD DIY CAB SYARIAH QQ DEBITUR
KOPKAR UMY (IIWA+PHK)
- b. Jenis Pertanggungan : PA Kreasi ISLAM
- c. Nomor Polis : 4421-2307-0211-0031
- d. Nama Peserta : Muhammad Yusuf Wibisono
- e. Nomor Peserta : 06
- f. Jumlah Uang Pertanggungan : Rp. 20.000.000,-
- g. Periode Pertanggungan : 13/01/2011 sd 13/01/2014
- h. Pembayaran Premi : 13 Januari 2011

II. DATA KERUGIAN

- a. Tgl & Tempat kejadian : 26 September 2012 di RSUP. DR. Sardjito
Yogyakarta
- b. Sebab Kejadian : Meninggal dunia
- c. Jumlah Klaim : Rp 7.777.778,-

III. DOKUMEN PENDUKUNG KLAIM

- Foto copy Polis 4421-2307-0211-00031
- Surat pengajuan klaim dari tertanggung
- Foto copy Surat Keterangan Kematian
- Foto copy Surat Keterangan Ahli waris
- Foto copy Surat Kronologis Kematian
- Foto copy KTP Peserta
- Foto copy Kartu Keluarga
- Foto copy akte Perkawinan
- Foto copy Daftar sisa Angsuran Kredit a/n Muhammad Yusuf Wibisono

VI. KESIMPULAN

Kerugian terjadi akibat resiko Meninggal dunia, terjamin oleh kondisi pertanggungan

SURAT PENGAJUAN PEMBAYARAN MANFAAT ASURANSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama
 Jabatan
 Alamat

ISLAM
 : Sumarno
 : Pemimpin Bidang Pelayanan dan Operasional
 : Bank BPD DIY Syariah Jl. Cik Ditiro No.34
 : Yogyakarta

Hubungan dengan Peserta

: Pemberi Pembiayaan / Pemegang polis 4421 2307 0211 0031 8

Mengajukan Permohonan Pembayaran Manfaat Asuransi Atas

Nama Peserta

: Muhammad Yusuf Wibisono, anggota KOPKAR UMY /06 88

Nomor Peserta

: 4421 2307 0211 0031

Tempat dan Tanggal lahir

: Yogyakarta, 30 Juli 1968

Alamat Terakhir

: Kauman GM 1/279 Rt 046 Rw 013 Ngupasan Gondomanan
 Yogyakarta

Macam Asuransi

: Asuransi Berjangka

Periode berlakunya pertanggungan

: 13 Januari 2011 s/d 13 Januari 2014

Besar uang pertanggungan

: Rp.20.000.000,00

Besar klaim

: Rp. 7.777.778,00

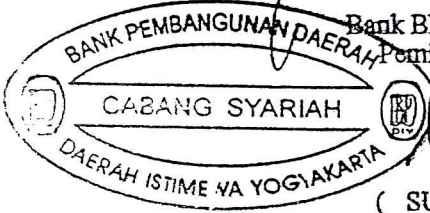
Tanggal kejadian

: 26 September 2012 sesuai surat Keterangan Kematian dari
 Rumah Sakit Umum DR Sardjito Yogyakarta

Sebab klaim

: Meninggal Dunia

Yogyakarta, 26 Nopember 2012

 Bank BPD DIY Syariah
 Pemimpin Bidang
 (SUMARNO)

ASKRIDA

ORIGINAL



شركة التامين الاسلامي

IKHTISAR PERTANGGUNGAN POLIS ASURANSI KREASI SYARIAH

Asuransi BANGUN ASKRIDA UNIT SYARIAH selanjutnya disebut Pengelola, menanggung
yuris dalam polis ini :

4421-2307-0211-0031

BPD DIY CABANG SYARIAH QO DEBITUR KOPKAR UMY (JIWA+PHK)

JL. CIK-DIHIRO NO.34 YOGYAKARTA



akan sebagai Penanda Tangan, untuk pembayaran jumlah-jumlah uang, pertanggungan seperti tersebut

Dunia : 180.000.000,00

tanggal lahir

akan sebagai Peserta, mengalami risiko kematian yang disebabkan oleh kecelakaan atau sebab-sebab lain,

hukum mati oleh Pengadilan / Pejabat yang berwenang,
alam perkelahian, kecuali sebagai seseorang yang mempertahankan diri
ceklakan pesawat penumpang, pesawat udara yang tidak diselenggarakan oleh perusahaan dengan jadwal
rang, perang saudara, perbuatan kekerasan dalam pemberontakan, huru-hara, pengacauan atau perbuatan
perbuatan kejahatan yang dilakukan dengan sengaja ataupun kekhilafan besar oleh mereka yang
dalam polis ini dan / atau ahli waris lainnya.

rug akan dilakukan kepada BPD DIY CABANG SYARIAH

ya jangka waktu tersebut, maka pertanggungan ini akan diperpanjang untuk jangka waktu yang sama
h satu pihak sedikit dikurangi tiga bulan sebelum berakhirnya tiap-tiap tanggal jangka waktu
nggungan ini dengan pemberitahuan tertulis kepada pihak yang bersangkutan.

harus sudah berakhir pada hari terakhir dari jangka waktu yang bersangkutan, jika Peserta telah
ahun.

DAFTAR PESERTA KREASI SYARIAH

IS : 4421 2307 0211 0031
 JLIS : 01-02-2011
 : BPD DIY CABANG SYARIAH
 QQ. DEBITUR KOPKAR UMY (JIWA+PHK)

Hal : 1

NAMA PESERTA	TGL LAHIR/ UMUR/TAHUN	JANGKA WAKTU	LAMA (BULAN)	N I L A I PERTANGGUNGAN	KONTRIBUSI
UMANDA	02-04-1969	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
IA HARIATI	02-03-1978	13-01-2011/2014	36	30,000,000	283,500
O ACHMAD	11-09-1977	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
DI	12-05-1975	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
B	31-12-1964	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
MIBISONO	12-05-1975	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
I BASUKI	30-12-1973	13-01-2011/2014	36	30,000,000	283,500
WARDANINGSIH	16-04-1978	13-01-2011/2014	36	20,000,000	189,000
TOTAL SELURUH				180,000,000	1,701,000

Pertanggungjawaban = Rp. 180,000,000
 Sisa Pinjaman = Rp. 1,701,000

Jakarta, 01 Februari 2011
 PT. ASURANSI BANGUN ASKRIDA

Sisa Pinjaman

UNIVERSITAS
 ISLAM
 INDONESIA

P

Proyeksi Bagi Hasil Mudharabah

Nama Nasabah : Kopkar UMY
 Tujuan Pembiayaan : Rp 20.000.000
 jangka Waktu : 36 Bulan
 Pihak :
 Bank : 60,3668%
 Nasabah : 39,6332%

No	Tanggal	Jumlah Angsuran Pokok	Proyeksi Bagi Hasil	Total Pembayaran
1	25-Feb-2011	555.556	120.734	676.290
2	25-Mar-2011	555.556	120.734	676.290
3	25-Apr-2011	555.556	120.734	676.290
4	25-Mei-2011	555.556	120.734	676.290
5	25-Jun-2011	555.556	120.734	676.290
6	25-Jul-2011	555.556	120.734	676.290
7	25-Agust-2011	555.556	120.734	676.290
8	25-Sep-2011	555.556	120.734	676.290
9	25-Okt-2011	555.556	120.734	676.290
10	25-Nop-2011	555.556	120.734	676.290
11	25-Des-2011	555.556	120.734	676.290
12	25-Jan-2012	555.556	120.734	676.290
13	25-Feb-2012	555.556	120.734	676.290
14	25-Mar-2012	555.556	120.734	676.290
15	25-Apr-2012	555.556	120.734	676.290
16	25-Mei-2012	555.556	120.734	676.290
17	25-Jun-2012	555.556	120.734	676.290
18	25-Jul-2012	555.556	120.734	676.290
19	25-Agust-2012	555.556	120.734	676.290
20	25-Sep-2012	555.556	120.734	676.290
21	25-Okt-2012	555.556	120.734	676.290
✓ 22	25-Nop-2012	555.556	120.734	676.290
23	25-Des-2012	555.556	120.734	676.290
24	25-Jan-2013	555.556	120.734	676.290
25	25-Feb-2013	555.556	120.734	676.290
26	25-Mar-2013	555.556	120.734	676.290
27	25-Apr-2013	555.556	120.734	676.290
28	25-Mei-2013	555.556	120.734	676.290
29	25-Jun-2013	555.556	120.734	676.290
30	25-Jul-2013	555.556	120.734	676.290
31	25-Agust-2013	555.556	120.734	676.290
32	25-Sep-2013	555.556	120.734	676.290
33	25-Okt-2013	555.556	120.734	676.290
34	25-Nop-2013	555.556	120.734	676.290
35	25-Des-2013	555.556	120.734	676.290
36	25-Jan-2014	555.556	120.734	676.290

Iran 1 :

TABEL PROYEKSI BAGI HASIL PEMBIAYAAN

(Kopkar UMY ke BPD DIY SYARIAH)

Bagi Hasil Pembiayaan per Tahun 13,25%
 Jangka Waktu Pinjam 3 tahun
 Pokok Pinjaman 20.000.000

BULAN KE	SALDO AWAL BULAN	CICILAN POKOK PINJAMAN	PROYEKSI BH	PEMBAYARAN PER BULAN	SALDO AKHIR BULAN
1	20.000.000	555.556	120.734	676.290	19.444.444
2	19.444.444	555.556	120.734	676.290	18.888.889
3	18.888.889	555.556	120.734	676.290	18.333.333
4	18.333.333	555.556	120.734	676.290	17.777.778
5	17.777.778	555.556	120.734	676.290	17.222.222
6	17.222.222	555.556	120.734	676.290	16.666.667
7	16.666.667	555.556	120.734	676.290	16.111.111
8	16.111.111	555.556	120.734	676.290	15.555.556
9	15.555.556	555.556	120.734	676.290	15.000.000
10	15.000.000	555.556	120.734	676.290	14.444.444
11	14.444.444	555.556	120.734	676.290	13.888.889
12	13.888.889	555.556	120.734	676.290	13.333.333
13	13.333.333	555.556	120.734	676.290	12.777.778
14	12.777.778	555.556	120.734	676.290	12.222.222
15	12.222.222	555.556	120.734	676.290	11.666.667
16	11.666.667	555.556	120.734	676.290	11.111.111
17	11.111.111	555.556	120.734	676.290	10.555.556
18	10.555.556	555.556	120.734	676.290	10.000.000
19	10.000.000	555.556	120.734	676.290	9.444.444
20	9.444.444	555.556	120.734	676.290	8.888.889
21	8.888.889	555.556	120.734	676.290	8.333.333
22	8.333.333	555.556	120.734	676.290	7.777.778
23	7.777.778	555.556	120.734	676.290	7.222.222
24	7.222.222	555.556	120.734	676.290	6.666.667
25	6.666.667	555.556	120.734	676.290	6.111.111
26	6.111.111	555.556	120.734	676.290	5.555.556
27	5.555.556	555.556	120.734	676.290	5.000.000
28	5.000.000	555.556	120.734	676.290	4.444.444
29	4.444.444	555.556	120.734	676.290	3.888.889
30	3.888.889	555.556	120.734	676.290	3.333.333
31	3.333.333	555.556	120.734	676.290	2.777.778
32	2.777.778	555.556	120.734	676.290	2.222.222
33	2.222.222	555.556	120.734	676.290	1.666.667
34	1.666.667	555.556	120.734	676.290	1.111.111



KEMENTERIAN KESEHATAN RI
DIREKTORAT JENDERAL BINA PELAYANAN MEDIK
RUMAH SAKIT UMUM PUSAT DR. SARDJITO



SURAT KETERANGAN KEMATIAN

TPP IRD No. 110 / IX/2022/SKM/RSDS ^{Seri J} 09243
_{KURUMA}

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : M Yusuf Wibisono No. RM.

1	58	88	31
---	----	----	----

Umur : 44 tahun Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Warga Negara / Bangsa : Indonesia Agama : Islam

Alamat : Kauman RT 12/79 Yogyakarta

telah meninggal dunia pada :

Hari : Rabu Tanggal : 26/9/2022

Jam : 21.15 di RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta

Mengingat penyakit yang diderita Almarhum / Almarhumah :

~~BOLEH / TIDAK BOLEH~~ Dimandikan/dirukhi/dinumahi

Yogyakarta, 26/9/2022

Surat Keterangan ini dibuat dengan mengingat Sumpah Jabatan.

Instalasi Paralel Wjaya Kuruma

A.n Tim Medis

dr. Rachmad Syah

Tambahan :

1. Untuk keluarga
2. Untuk dikirim ke TPP
3. Untuk Instalasi Kamar Jenazah/Kedokteran Forensik
4. Instalasi Catatan Medis
(Ditempel dalam berkas Rekam Medis)

REV - I - 1 - 16 - 05

RM.3.01.426

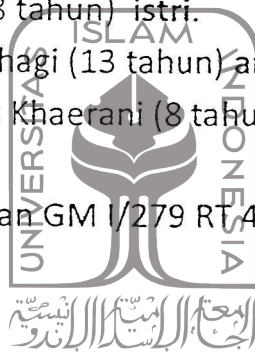
TANGGAL : 01 NOV 2022

SURAT KETERANGAN

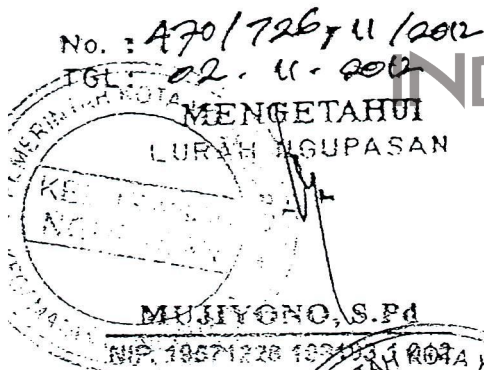
Dengan ini kami menerangkan bahwa nama-nama berikut adalah ahli waris dari almarhum Bapak Muhammad Yusuf Wibisono.

1. Nama : Asfi Hani (48 tahun) istri.
2. Nama : M. Faisal Rahagi (13 tahun) anak kandung.
3. Nama : Early Fairrus Khaerani (8 tahun) anak kandung.

Beralamat di : Kauman GM I/279 RT 48 RW 13 Yogyakarta 55122

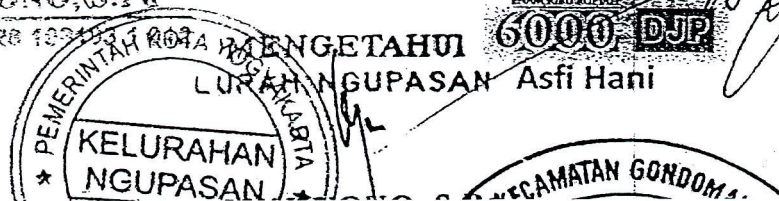


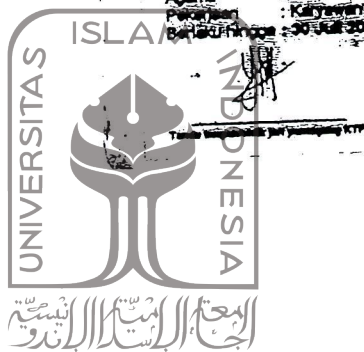
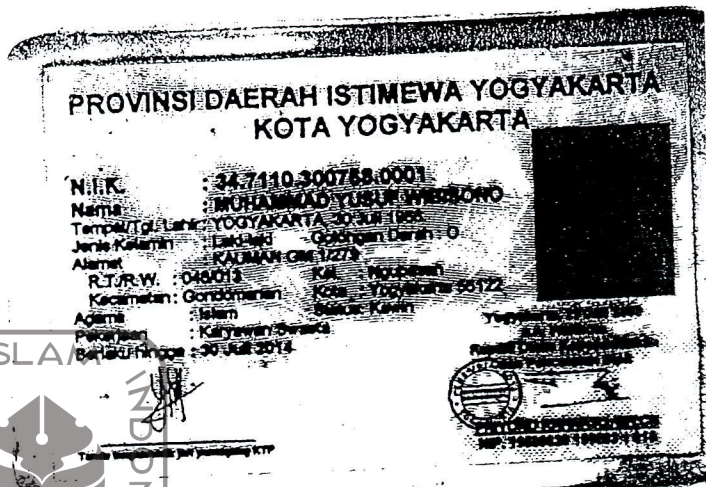
Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benar dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Yogyakarta, 2 November 2012

Yang menerangkan





UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA


Nomor : 470/166/2012
Tanggal : 01 NOV 2012



DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
KOTA YOGYAKARTA

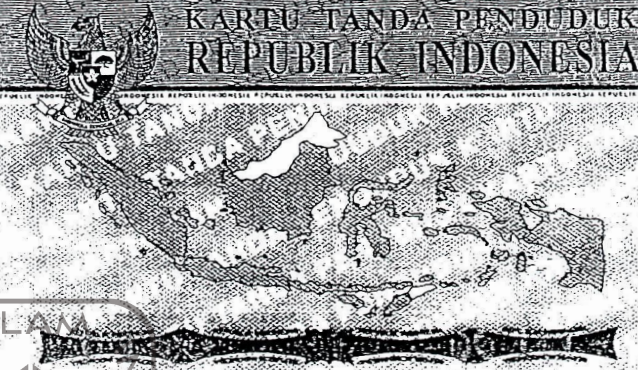
3473106406650001

ASHI HANI
YOGYAKARTA, 24-06-1965
PEREMPUAN Gol Darah B
KALANGAN GM 1079
048/E13
NGUPASAN
GONDOMANAN
ISLAM
KAWAH
MEMGURUS RUMAH TANGGA
WNI
24-06-2017



KOTA YOGYAKARTA
07-03-2012

KARTU TANDA PENDUDUK
REPUBLIK INDONESIA




UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Nomor : A70/166/2012
Tanggal : 01 NOV 2012

PEMERINTAH MENGETAHUI
CAMAT KECAMATAN GONDOMANAN
YOGYAKARTA

Drs. SUPARJI
NIP. 19610404 198303 1 012

KARTU KELUARGA

No. 3471100510120001

Urga : **ASFI HANI**
 : KAUMAN GM 1/279
 : 048/013
 : NGUPASAN

Kecamatan : GONDOMANAN
 Kabupaten/Kota : KOTA YOGYAKARTA
 Kode Pos : 55122
 Provinsi : DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Urut	NIK	Jenis Kelamin	Tempat Lahir	Tanggal Lahir	Agama	Pendidikan	Jenis Pekerjaan
1	9471100400000001	PEREMPUAN	YOGYAKARTA	24-08-1985	ISLAM	DIPLOMA I/STRUKTA I	MENSIKUS KUMAH ANSGA
2	3471101211980001	LAKILAKI	YOGYAKARTA	12-11-1988	ISLAM	BELUM TAMAT SOSEDERAJAT	PELAJARMAHASISWA
3	3471106102040001	PEREMPUAN	YOGYAKARTA	21-02-2004	ISLAM	TIDAKBELUM SEKOLAH	BELUM/TIDAK BEKERJA
4	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-	-	-
18	-	-	-	-	-	-	-
19	-	-	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-	-	-
21	-	-	-	-	-	-	-
22	-	-	-	-	-	-	-
23	-	-	-	-	-	-	-
24	-	-	-	-	-	-	-
25	-	-	-	-	-	-	-
26	-	-	-	-	-	-	-
27	-	-	-	-	-	-	-
28	-	-	-	-	-	-	-
29	-	-	-	-	-	-	-
30	-	-	-	-	-	-	-
31	-	-	-	-	-	-	-
32	-	-	-	-	-	-	-
33	-	-	-	-	-	-	-
34	-	-	-	-	-	-	-
35	-	-	-	-	-	-	-
36	-	-	-	-	-	-	-
37	-	-	-	-	-	-	-
38	-	-	-	-	-	-	-
39	-	-	-	-	-	-	-
40	-	-	-	-	-	-	-
41	-	-	-	-	-	-	-
42	-	-	-	-	-	-	-
43	-	-	-	-	-	-	-
44	-	-	-	-	-	-	-
45	-	-	-	-	-	-	-
46	-	-	-	-	-	-	-
47	-	-	-	-	-	-	-
48	-	-	-	-	-	-	-
49	-	-	-	-	-	-	-
50	-	-	-	-	-	-	-
51	-	-	-	-	-	-	-
52	-	-	-	-	-	-	-
53	-	-	-	-	-	-	-
54	-	-	-	-	-	-	-
55	-	-	-	-	-	-	-
56	-	-	-	-	-	-	-
57	-	-	-	-	-	-	-
58	-	-	-	-	-	-	-
59	-	-	-	-	-	-	-
60	-	-	-	-	-	-	-
61	-	-	-	-	-	-	-
62	-	-	-	-	-	-	-
63	-	-	-	-	-	-	-
64	-	-	-	-	-	-	-
65	-	-	-	-	-	-	-
66	-	-	-	-	-	-	-
67	-	-	-	-	-	-	-
68	-	-	-	-	-	-	-
69	-	-	-	-	-	-	-
70	-	-	-	-	-	-	-
71	-	-	-	-	-	-	-
72	-	-	-	-	-	-	-
73	-	-	-	-	-	-	-
74	-	-	-	-	-	-	-
75	-	-	-	-	-	-	-
76	-	-	-	-	-	-	-
77	-	-	-	-	-	-	-
78	-	-	-	-	-	-	-
79	-	-	-	-	-	-	-
80	-	-	-	-	-	-	-
81	-	-	-	-	-	-	-
82	-	-	-	-	-	-	-
83	-	-	-	-	-	-	-
84	-	-	-	-	-	-	-
85	-	-	-	-	-	-	-
86	-	-	-	-	-	-	-
87	-	-	-	-	-	-	-
88	-	-	-	-	-	-	-
89	-	-	-	-	-	-	-
90	-	-	-	-	-	-	-
91	-	-	-	-	-	-	-
92	-	-	-	-	-	-	-
93	-	-	-	-	-	-	-
94	-	-	-	-	-	-	-
95	-	-	-	-	-	-	-
96	-	-	-	-	-	-	-
97	-	-	-	-	-	-	-
98	-	-	-	-	-	-	-
99	-	-	-	-	-	-	-
100	-	-	-	-	-	-	-

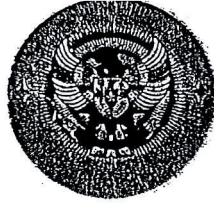
Nama Orang Tua

Urut	No. Paspor	No. KITAS/KITAP	Dokumen Imigrasi	Nama	Jenis Kelamin	Agama	Pendidikan	Jenis Pekerjaan
1	-	-	-	HM. HAQID	L	ISLAM	WARTIN	ibu
2	-	-	-	MUHAMMAD YUSUF WIBISONO	L	ISLAM	ASFIHANI	-
3	-	-	-	MUHAMMAD YUSUF WIBISONO	L	ISLAM	ASFIHANI	-
4	-	-	-	-	-	-	-	-
5	-	-	-	-	-	-	-	-
6	-	-	-	-	-	-	-	-
7	-	-	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-	-	-
11	-	-	-	-	-	-	-	-
12	-	-	-	-	-	-	-	-
13	-	-	-	-	-	-	-	-
14	-	-	-	-	-	-	-	-
15	-	-	-	-	-	-	-	-
16	-	-	-	-	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-	-	-	-
18	-	-	-	-	-	-	-	-
19	-	-	-	-	-	-	-	-
20	-	-	-	-	-	-	-	-
21	-	-	-	-	-	-	-	-
22	-	-	-	-	-	-	-	-
23	-	-	-	-	-	-	-	-
24	-	-	-	-	-	-	-	-
25	-	-	-	-	-	-	-	-
26	-	-	-	-	-	-	-	-
27	-	-	-	-	-	-	-	-
28	-	-	-	-	-	-	-	-
29	-	-	-	-	-	-	-	-
30	-	-	-	-	-	-	-	-
31	-	-	-	-	-	-	-	-
32	-	-	-	-	-	-	-	-
33	-	-	-	-	-	-	-	-
34	-	-	-	-	-	-	-	-
35	-	-	-	-	-	-	-	-
36	-	-	-	-	-	-	-	-
37	-	-	-	-	-	-	-	-
38	-	-	-	-	-	-	-	-
39	-	-	-	-	-	-	-	-
40	-	-	-	-	-	-	-	-
41	-	-	-	-	-	-	-	-
42	-	-	-	-	-	-	-	-
43	-	-	-	-	-	-	-	-
44	-	-	-	-	-	-	-	-
45	-	-	-	-	-	-	-	-
46	-	-	-	-	-	-	-	-
47	-	-	-	-	-	-	-	-
48	-	-	-	-	-	-	-	-
49	-	-	-	-	-	-	-	-
50	-	-	-	-	-	-	-	-
51	-	-	-	-	-	-	-	-
52	-	-	-	-	-	-	-	-
53	-	-	-	-	-	-	-	-
54	-	-	-	-	-	-	-	-
55	-	-	-	-	-	-	-	-
56	-	-	-	-	-	-	-	-
57	-	-	-	-	-	-	-	-
58	-	-	-	-	-	-	-	-
59	-	-	-	-	-	-	-	-
60	-	-	-	-	-	-	-	-
61	-	-	-	-	-	-	-	-
62	-	-	-	-	-	-	-	-
63	-	-	-	-	-	-	-	-
64	-	-	-	-	-	-	-	-
65	-	-	-	-	-	-	-	-
66	-	-	-	-	-	-	-	-
67	-	-	-	-	-	-	-	-
68	-	-	-	-	-	-	-	-
69	-	-	-	-	-	-	-	-
70	-	-	-	-	-	-	-	-
71	-	-	-	-	-	-	-	-
72	-	-	-	-	-	-	-	-
73	-	-	-	-	-	-	-	-
74	-	-	-	-	-	-	-	-
75	-	-	-	-	-	-	-	-
76	-	-	-	-	-	-	-	-
77	-	-	-	-	-	-	-	-
78	-	-	-	-	-	-	-	-
79	-	-	-	-	-	-	-	-
80	-	-	-	-	-	-	-	-
81	-	-	-	-	-	-	-	-
82	-	-	-	-	-	-	-	-
83	-	-	-	-	-	-	-	-
84	-	-	-	-	-	-	-	-
85	-	-	-	-	-	-	-	-
86	-	-	-	-	-	-	-	-
87	-	-	-	-	-	-	-	-
88	-	-	-	-	-	-	-	-
89	-	-	-	-	-	-	-	-
90	-	-	-	-	-	-	-	-
91	-	-	-	-	-	-	-	-
92	-	-	-	-	-	-	-	-
93	-	-	-	-	-	-	-	-
94	-	-	-	-	-	-	-	-

Nomor Induk Kependudukan
Personnel Registration Number

3471103007680001

NO.AM. 6900005802



PENCATATAN SIPIL
REGISTRY OFFICE

WARGA NEGARA INDONESIA
NATIONALITY ISLAM of INDONESIA

KUTIPAN AKTA KEMATIAN
EXCERPT OF DEATH CERTIFICATE

Berdasarkan Akta Kematian Nomor
By virtue of Death Certificate Number
menurut stbd
in accordance with state gazette

2585 / K / 2012

bahwa di
that in

Slleman -----

pada tanggal
on date

dua puluh enam September
twenty-six of September

tahun
on year

dua ribu dua belas
two thousand and twelve

telah meninggal dunia seorang bernama Tn/Ny/Nn
a person has deceased by name of Mr/Mrs/Miss

M. YUSUF WIBISONO

lahir di
born in

Yogyakarta -----

pada tanggal
on date

tiga puluh Juli
thirtieth of July

tahun
on year

seribu sembilan ratus enam puluh delapan
one thousand nine hundred and sixty-eight

Kutipan ini dikeluarkan di Slleman
The excerpt is issued at Slleman

pada tanggal sebelas Oktober
on date eleventh of October

dua ribu dua belas
two thousand and twelve

MENGESAHKAN
SALINAN/FOTOCOPY INI SESUAI DENGAN ASLINYA
NOMOR 229/DKCS/SLM.1/2012
TANGGAL 30/10/2012

Ag. KEPALA DINAS
DINAS KEPENDUDUKAN

Kepala Dinas Kependudukan dan
Head of Demography and
Pencatatan Sipil Kabupaten Slleman
Registration Service Head of Slleman



PROGRAM PASCASARJANA (S2)
MAGISTER STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

J. Demangan Baru No. 24 Lantai II, Yogyakarta 55281, Telp./Faks. (0274) 523637, Hp. 08175425758
Website: www.master.islamic.uui.ac.id; email: msi@uui.ac.id dan msi_uui@yahoo.com

Nomor : 109/PPs-MSI/III/2013

Yogyakarta, 18 Maret 2013

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yang Terhormat:

Pimpinan Cabang PT. Asuransi

Bangun Askrida Syariah Cab. Yogyakarta

di-

Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Program Pascasarjana (S-2) Magister Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta menyatakan bahwa:

Nama : Adibin Slamet

NIM : 10913164

Konsentrasi : Ekonomi Islam


adalah Mahasiswa Program Pascasarjana Magister Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dan saat ini yang bersangkutan sedang dalam proses penyelesaian Tesis dengan judul:
"Strategi Pemasaran Asuransi Syariah (Studi pada PT. Asuransi Bangun Askrida ULS Cabang Yogyakarta)"

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin kepada yang bersangkutan guna melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Ketua Program,


Dr. Drs. H. Ahmad Darmadji, M.Pd



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. DATA PRIBADI

Nama : Adibin Slamet
Tempat, tanggal lahir : Kebumen, 9 September 1985
Jenis kelamin : Laki-laki
Status : Menikah
Alamat rumah : Dusun Jeruklegi RT 22 RW 35,
Kel Banguntapan, Kec Banguntapan. Kab Bantul, DIY
55198
No. Telepon/HP : **0813 9209 4843**
Email : Adhi_binslamet@yahoo.com

II. PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Negeri Cangkring, Sadang, Kebumen 1998
SMP : SMP Muhammadiyah Sadang, Kebumen 2001
SMA : SMA Muhammadiyah Kebumen 2004
SARJANA/S1 : Ekonomi Akuntansi Universitas Cokroaminoto
Yogyakarta (UCY) 2010

III. PENDIDIKAN INFORMAL

- Alumni **Pendidikan Pondok Pesantren Darusa'dah** Des Dorowati, Kec Petanahan, Kab Kebumen 2001-2003.
- Peserta **Tapak Suci** dari **Cabang Muhammadiyah Kab Kebumen** angkatan tahun 2002-2003
- Alumni **Lembaga Pendidikan Kerja IPPI Yogyakarta** angkatan tahun 2004-2005 dengan predikat **Sangat Baik**
- Peserta **Pelatihan Baca tulis Al-quran** di Universitas Cokroaminoto Yogyakarta tahun 2005 dengan nilai **Sangat Baik**
- Peserta **Pelatihan Penulisan Karya Tulis Ilmiah** di Universitas Cokroaminoto Yogyakarta 2006
- Peserta **Pelatihan Ekonomi Syariah** di Universitas Cokroaminoto Yogyakarta, tahun 2006

- Pelatihan **Untadz/Ustadzah TPA se Kecamatan Banguntapan, Kab Bantul** tahun 2006 dengan predikat **Sangat Memuaskan**.
- Training **Perbankan Syariah** Di BMT BIF Yogyakarta tahun 2009
- Peserta Seminar **Perbankan Syariah** Di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2010
- Peserta (kursus) **Pendidikan Bahasa Inggris**, tanggal 11 januari 2010-sampai sekarang.

IV. PENGALAMAN ORGANISASI

- Pengurus **Ikatan Remaja Muhammadiyah Kabupaten Kebumen** tahun 2001-2002
- Pengurus **IPNU IPPNU Cabang Kabupaten Kebumen** tahun 2003-2004
- Anggota **Komunitas Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI)** tahun 2005
- **Takmir masjid Al-hakim** jeruk legi, Banguntapan Bantul tahun 2004-sekarang
- Pengurus **Forum Ekonomi Islam Universitas Cokroaminoto Yogyakarta** 2006-2007
- **Ketua Pemuda Karang Taruna Desa Wonosari, Kec Sadang** tahun 2005-sampai sekarang.
- Pengurus **Forum Silaturahmi Remaja Masjid Yogyakarta (FSRMY)** tahun 2005-2007
- **Ketua Takmir Masjid Saebani Universitas Cokroaminoto Yogyakarta** tahun 2007-2008.
- Anggota **Remaja Islam Masjid Al-hakim (RISMA)** tahun 2004-sampai dengan sekarang
- **Pengasuh Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Yayasan Al-Mumtaz, MAN Lab UIN Yogyakarta** tahun 2009 sampai sekarang.

V. PENGALAMAN KERJA/MAGANG

- Magang di **KAUD BARU Kec Sadang, Kabupaten Kebumen** tahun 2004
- Pengalaman kerja di **BPR BKK Kec Sadang, Kabupaten Kebumen** tahun 2005
- Pengalaman kerja di **BMT BIF (Bina Ihsanul Fikri) Yogyakarta** tahun 2009-sampai sekarang.

VI. AKTIVITAS SEKARANG

- Kuliah S-2 Magister Studi Islam, Jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Kuliah S-2 Magister Manajemen, Jurusan Pemasaran, Universitas Teknologi Yogyakarta



UNIVERSITAS
ISLAM
INDONESIA