

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA (RO)

SIDOARJO DAN PENERAPAN *SYARIAH MARKETING*

A. Latar Belakang Berdirinya PT Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Asuransi syariah di Indonesia. Simpul awal ekonomi syariah tersebut ditandai dengan berdirinya bank syariah yang pertama di Indonesia. Selanjutnya, simpul tersebut makin kuat dengan terbentuknya tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) pada 16 tahun silam.¹

Atas prakasa Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Yayasan Abdi Bangsa, bersama Bank Muamalat Indonesia Tbk, PT Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Departemen Keuangan RI, dan beberapa pengusaha Muslim Indonesia, serta bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB), TEPATI mendirikan PT Syarikat Takaful Indonesia (Takaful Indonesia) pada 24 Februari 1994, sebagai pendiri asuransi syariah pertama di Indonesia.

Selanjutnya, pada 5 Mei 1994 Takaful Indonesia mendirikan PT Asuransi Takaful Keluarga (Takaful Keluarga) yang bergerak dibidang asuransi jiwa syariah dan PT Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) yang bergerak di bidang asuransi umum syariah. Takaful keluarga kemudian diresmikan oleh Menteri Keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad

¹ Direksi, *Company Profile*, (Surabaya: PT Asuransi Takaful Keluarga Surabaya).

dan mulai beroperasi sejak 25 Agustus 1994. Sedangkan Takaful Umum diresmikan oleh Menristek/Ketua BPPT Prof. Dr. B. J. Habibie selaku ketua sekaligus pendiri ICMi dan mulai beroperasi pada 2 Juni 1995. Sejak saat itu, Takaful Keluarga dan Takaful Umum berkembang menjadi salah satu perusahaan asuransi syariah terkemuka di Indonesia.

Dalam perkembangannya, pada tahun 1997, STMB menjadi salah satu pemegang saham melalui penempatan modal dan mencapai nilai yang signifikan pada tahun 2004. Komitmen STBM untuk terus memperbesar Takaful Indonesia juga dibuktikan dengan setoran modal langsung di PT Takaful Keluarga pada tahun 2009.

Selanjutnya, pada tahun 2000 Pemodal Nasional Madani (PNM) turut memperkuat struktur modal Perusahaan, kemudian diikuti oleh Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 2004

Komitmen PT Asuransi Takaful keluarga untuk terus meningkatkan kualitas sekaligus menjaga konsistensi layanan kepada masyarakat ditunjukkan dengan diperoleh sertifikat ISO 9001: 2008, sebagai standar internasional terbaru untuk sistem manajemen mutu dari Det Norske Veritas(DNV), Norwegia.

Kemajuan Asuransi Takaful Keluarga pada bidang asuransi syariah terbukti dengan diperolehnya penghargaan dari berbagai pihak, diantaranya dari Majalah Media Asuransi, Infobank, Investro, dan lain-lain. Terakhir, dalam acara Islamic Finance Award 2010 yang diadakan oleh Karim

Business Consulting, Asuransi Takaful Keluarga memperoleh predikat 3rd Rank The Best Islamic Life Insurance.

Dengan semakin berkembangnya Asuransi Takaful Keluarga, maka menuntut para pengurus untuk mendirikan cabang di beberapa daerah dan salah satunya di Surabaya, karena di Surabaya dapat memberikan peluang untuk mengembangkan usaha tersebut. Karena itu, perusahaan PT Asuransi Takaful Keluarga mendirikan cabang di Sidoarjo pada tanggal 23 juni 2013.² Asuransi Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus untuk memberikan layanan terbaik bagi seluruh lapisan masyarakat sehingga mampu berperan dalam menguatkan simpul-simpul pembangunan ekonomi syariah, demi masa depan Indonesia yang gemilang.

B. Struktur Organisasi PT Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. H. Slamet Effendi Yusuf. Msi

Anggota : KH. Muhyiddin Junaidi

Dewan Komisaris dan Direksi

Komisaris Utama : Dato' Mohamed Hasan Md Kamil

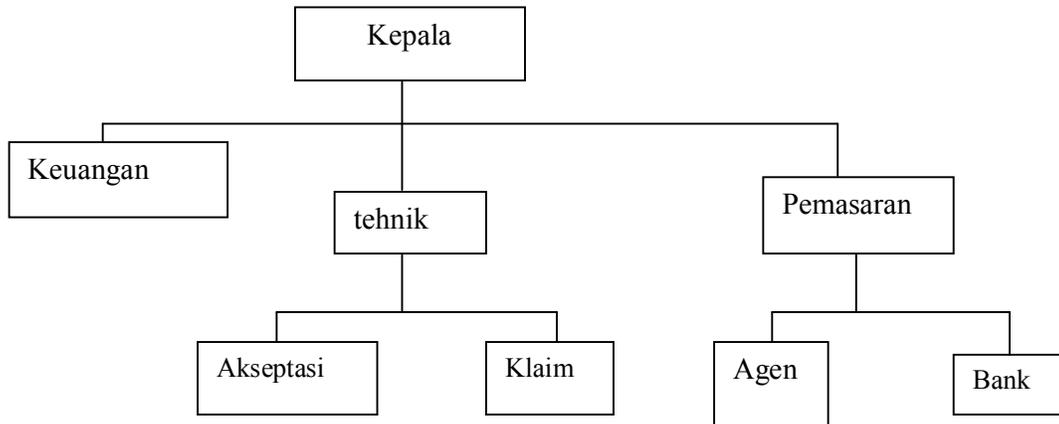
Komisaris Independen : Rianto Ahmadi

Komisaris : Muhammad Haris, SE

Komisaris : Mahadzir Azizan

² Agung Nugraha, *Wawancara*, 20 September 2013.

Struktur Organisasi PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo



Kepala : Nur Wiwin

Keuangan : Riska Amalia

Teknik(Akseptasi dan Klaim) : Tri Waluyo

Pemasaran(Agen): Kepala Cabang Nur Wiwin, Tri Waluyo, dan Erlien

Pemasaran(Bank) : Erlien dan Tabah Sidik P.

C. Visi dan Misi PT Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Visi dan Misi PT Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo yaitu:³

Visi menjadi role model bisnis syariah di Indonesia dengan Profesional, amansah, dan memberikam manfaat bagi masyarakat.

Misi

³ Direksi, *Company Profile*, (Surabaya: PT Asuransi Takaful Keluarga Surabaya (RO) Sidoarjo).

1. Menjadikan Asuransi Takaful Keluarga sebagai Perusahaan Asuransi Jiwa Terbaik di Indonesia
2. Menjadikan Sumber Daya Manusia sebagai salah satu aset bagi pertumbuhan perusahaan
3. Memberikan pelayanan yang baik

D. Produk-produk PT Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Produk-produk PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo diantaranya:⁴

1. Fulnadi program takaful keluarga yang memberikan dana pendidikan untuk putra putri sampai sarjana. Misalnya: nasabah mendaftarkan anaknya yang berumur 16 tahun yang pada saat itu yang bersangkutan masih tercatat sebagai murid salah satu Sekolah Menengah Keatas (SMA), maka fulnadi akan memberikan dana pendidikan sampai si anak nasabah mendapat gelar sarjana.
2. Takafulink salam produk proteksi modern bagi semua orang yang menginginkan hasil investasi atau program ini menawarkan pilihan perlindungan yang lengkap dengan hasil investasi yang optimal dengan pilihan yang sesuai preferensi
3. Takafilink salam cendekia investasi yang murni, sahabat setia orang tua dalam menyediakan dana pendidikan buah hati tercinta
4. Takaful kesehatan individu program asuransi yang memberikan manfaat berupa pembayaran santunan pada peserta apabila peserta menjalani rawat inap dirumah sakit atau rujukan dokter untuk

⁴ *Ibid.*

mendapatkan perawatan medis yang diperlukan sekurang kurangnya tiga hari.

5. Takaful kecelakaan diri individu program asuransi yang memberikan manfaat pembayaran santunan kepada ahli waris apabila peserta ditakdirkan meninggal dunia, cacat tetap total, cacat tetap sebagian karena kecelakaan dalam masa perjanjian.
6. Takaful Al khairot individu program asuransi yang memberikan manfaat berupa pembayaran santunan kepada ahli waris apabila pesertan ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian.

E. Penerapan *Syariah Marketing* di PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Penerapan *syariah marketing* di PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo sudah berjalan sejak berdiri yaitu kurang lebih sejak tahun 2013. Dalam konteks penerapan di perusahaan, PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo tidak hanya menjual *branding* syariah, tapi benar-benar menerapkan *syariah marketing* dalam kegiatan di perusahaan maupun dalam proses memasarkan produk-produknya. Penerapan dari segi karakteristik *syariah marketing* di PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo akan dijelaskan sebagai berikut.

Dari segi *teitis (rabbaniyyah)*, PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo selalu menjauhi hal-hal yang dilarang dan diharamkan oleh Allah seperti memanipulasi data dan menyamarkan kerja.

Dari segi *ctis (akhlaqiyyah)* ketika penulis melakukan observasi dan wawancara di PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo,⁵ dalam kesehariannya sopan, santun dan keramahan telah dilakukan dalam proses kerjanya. Sedangkan dalam hal etika dan etiket antara seorang agen laki-laki dan agen perempuan juga sangat di batasi yaitu ketika memasarkan atau dalam proses *marketing* ada aturan jelas dalam melakukan prospek, yaitu agen laki-laki dan agen perempuan tidak boleh berboncengan dalam satu kendaraan baik itu motor ataupun mobil. Dan ketika menawarkan produk kepada calon peserta asuransi tidak boleh memberikan janji-janji yang tidak ada dalam polis asuransi. Ketika menawarkan produk agen juga harus menjelaskan isi dari produk secara benar dan tidak boleh ada unsur paksaan maupun unsur menipu.

Sedangkan dari segi *realistis (al-waqi'iyah)* yaitu bisa dilihat dari kesehariannya PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo bukanlah suatu perusahaan asuransi syariah yang kaku dan fanatis. Hal ini bisa dibuktikan dengan penampilan para karyawannya yang fleksibel namun tanpa mengurangi estetika. Dalam pergaulan juga luwes namun tetap memperhatikan prinsip-prinsip pergaulan Islami.

Dan yang terakhir dari segi *humanistis (al-insaniyyah)*. Dengan adanya nilai ini, PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo tidak mengelabui calon peserta asuransi dalam hal menentukan produk yang

⁵ Wawancara dengan Kepala PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo (Ibu Nur Wiwin,) Pada Hari Rabu Tanggal 20 juni 2014 Jam 10.30

diminati. Dan pada saat klaim tidak unsur menipu dan tidak pula memanipulasi data, serta PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo tidak melakukan hal-hal yang dilarang demi meraih keuntungan yang sebesar-besarnya.⁶

F. Penerapan strategi pemasaran dalam Meningkatkan Pangsa Pasar PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo

Dari wawancara yang penulis lakukan dengan kepala kantor PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo, untuk setiap periodenya Asuransi Takaful Keluarga Pusat selalu memberikan target yang harus dicapai oleh kantor perwakilannya masing-masing. Dari target yang diberikan oleh pusat, ada tiga target yang harus dipenuhi yaitu pertama target omset, target penagihan premi, dan yang ketiga adalah target klaim. Berikut pernyataan ibu Nur Wiwin mengenai target market PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo.

“ Tahun ini 2 Milyar, tahun lalu 1,5 Milyar, jadi target tersebut menurun. Kita tidak bisa menetapkan target, karna target sudah ditetapkan oleh PT Asuransi Takaful keluarga pusat. Jadi, target ada tiga yaitu target omset 2 Milyar, target penagihan premi sekitar 90% dari yang tercapai dan target klaim kita ditargetkan maksimal 30% dari premi.

⁶ Wiwin, *Wawancara*, PT Asuransi Takaful Keluarga Representative Office Sidoarjo, 10 mei 2014

untuk pencapaian, kita yang tercapai penagihan dan target klaim klaim omset belum.”⁷

Dari target yang telah ditentukan oleh PT Asuransi Takaful keluarga pusat ini memang tidak mencapai 100%, namun jika target penagihan premi yang tercapai sudah 90% sudah bisa dianggap telah memenuhi target dari pusat . untuk target klaim, PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo sudah memenuhi target penagihan premi sedang untuk target omset belum tercapai, namun sejak berdiri sejak tahun 2013 PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo memperoleh pendapatan premi yang selalu meningkat seperti tabel berikut.

Tabel Pendapatan premi PT Asuransi Takaful keluarga (RO)

Sidoarjo

Tahun	Pendapatan premi
2013	800 juta
Sampai bulan ini	950 juta

Dari tabel diatas diketahui bahwa PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo sejauh ini memperoleh pendapatanpremi yang meningkat, ini merupakan salah satu bentuk usaha agar target yang diberikan oleh takaful umum pusat dapat tercapai.

⁷ Ibid, sidoarjo 15 mei 2014

PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo juga lebih mengutamakan penambahan nasabah karna dirasa jika nasabah menambah secara tidak langsung nasabah juga membantu memenuhi target yang ada. Seperti yang disampaikan oleh ibu Ima Risdiana, berikut pernyataan ibu Ima Risdiana selaku agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo.

“Asuransi takaful pusat biasanya memberikan target nasabah peserta sekitar 100 peserta pertahunnya, dan pada PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo setiap bulannya ditargetkan sebanyak 5 atau lebih, itu dapat membantu meringankan para agen dalam mencari peserta. Para agen juga dibekali rasa percaya diri serta penguasaan materi sehingga nantinya para agen tidak canggung dalam menghadapi para peserta. Para agen sebelumnya juga kita training sehingga apa yang dibawakan para agen nantinya mampu meyakinkan para peserta.”⁸

Menurut pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa para agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo sebelumnya telah dibekali rasa percaya diri. Serta pembekalan dan pengenalan PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo sehingga nantinya para agen mampu membawakan apa yang ditawarkan secara luwes dan dengan itu para agen mampu menarik peserta lebih banyak.

Selain itu para nasabah juga telah dibekali karekteristik dari *marketing syari'ah* sehingga pada diri agen telah tertanam hal hal yang apa yang dilarang dan dianjurkan agama. Dengan demikian para agen otomatis

⁸ Wawancara Ima risdiana, sidoarjo 19 mei 2014

telah mencerminkan sikap yang mampu meyakinkan dan membuat para apeserta menjadi lebih nyaman dan percaya kepada apara agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo. Berikut pernyataan adri bapak Adi ilmanto.

“pada saat pertama saya masuk tkaful ini saya benar benar di training , disana saya diajarkan tentang bagaimana cara memasarkan barang/jasa, dibekali yang namanya karakteristik *marketing syari’ah* yang menurut saya memang bagus diterapkan bagi Asuransi mana saja karna karakteristik *marketing syari’ah* ini mencakup aspek aspek kehidupan yang bermutu apabila sudah menguasai salah satu karakteristik *marketing syari’ah* yaitu *rabbaniyah* maka tidak langsung sudah menerapkan 3 aspekk lainnya yaitu *akhlaqiyah, al waqiiyah* dan *al insaniyah.*”⁹

Dapat disimpulkan bahwa PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo telah menerapkan *marketing syariah* yang mampu menambha kredibilitas para agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo dan dengan *marketing syariah* diyakini mampu menaik para nasabah lebih banyak lagi.

Sebar brosur, pameran, serta sebar proposal juga dilakukan oleh PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo demi meningkatkan para peserta. Karna dirasa dengan menggunakan strategi tersebut lebih efisien dan nyata lebih banyak menarik nasabah. Seperti yang di paparkan oleh sigit purwono.

⁹ Wawancara adi ilmanto, sidoarjo 25 mei 2014

“kita juga sering sebar brosur diwaktu ada pameran atau tidak, kalo sebar brosur sudah dijelaskan setidaknya ada yang tertarik meskipun bebrapa orang, lha kesempatan itu kita gunakan untuk memberikan proposal dan mempresentasikannya seapik mungkin, kalau presentasi kita bisa meyakinkan peserta juga akan langsung ikut dalam apa yang kita tawarkan.”¹⁰

Menurut sigit purwono cara vara yang disebutkan diatas mampu menarik peserta lebih banyak. Dengan memanfaatkan event yang ada dan memanfaatkan situasi yang ada agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo mampu menarik peserta lebih banyak dari yang ditargetkan.

PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo merupakan salah satu perusahaan asuransi yang bermutu dan terpercaya. Para pesertapercaya kepada PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo untuk mengatasi permasalahan-permasalahan yang nantinya terjadi yang tidak dapat kita prediksi. Seperti yang disampaikan oleh salah satu peserta PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo yang sudah bergabung sejak awal mula PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo berdiri yaitu Eni setyowati.

“ pertama sih tempatnya yang strategis, produknya juga bagus-bagus *kaya*’ fulnadi dikasih dana sekolah sampe sarjana, harganya juga cukup terjangkau, apalagi cara promosinya benar-benar meyakinkan para

¹⁰ Wawancara sigit purnomo 25 mei 2014

agennya juga sopan-sopan dan bersahabat. Jadi dirasa berbicara dengan kerabat sendiri diwaktu para agen menawarkan produk itu.”¹¹

Dapat disimpulkan bahwa tempat yang strategis mampu menarik para peserta, seperti dikompleks perumahan elit, para penghuni perumahan elit jelas sudah memikirkan apa yang terbaik untuk keluarganya kelak, yaitu salah satunya dengan mengikuti asuransi keluaraga yang mampu membantu permasalahan-permasalahan yang ada nantinya dikarnakan para penghuni perumahan elit terlalu sibu dengan pekerjaan mereka.

Produk-produk yang ditawarkan jelas harus benar benar bermutu dan tidak ada unsur menipu, semisal penjual memberikan harga yang miring tapi secara diam diam penjual telah menurunkan kualitas dari barang tersebut. Contoh diatas mampu memberikan kesan yang jelak di mata para peserta PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo.

Harga haruslah singkron dengan barang yang ditawarkan, jika barang berkwalita super dijual dengan harga yang murah jelas konsumen akan bertanya-tanya. Apakah produk yang ditawarkan benar benar berkwalitas atau adanya unsur penipuan. Jika barang yang ditawarkan singkron dengan harga yang ditawarkan maka konsumen akan lebih percaya.

Promosi sangatlah penting untuk penarikan peserta PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo, salah satu aspek yang paling urgen adalah promosi. Para agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo

¹¹ Wawancara eni setyowati, sidoarjo 5 juni 2014

diwajibkan menguasai apa yang akan dibawakan yaitu tentang PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo secara detail dan mendalam. Jika para agen PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo menguasai produk tersebut maka para peserta akan yakin akan keabsahan PT Asuransi Takaful keluarga (RO) Sidoarjo dan hilanglah unsur penipuan didalamnya.