

BAB III

GAMBARAN UMUM STRATEGI PEMASARAN PRODUK MITRA MABRUR (ASURANSI HAJI) DI ASURANSI SYARIAH BUMIPUTERA CABANG SEMARANG

A. Profil Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang

1. Latar Belakang Berdirinya AJB Bumiputera 1912

Bumiputera 1912 didirikan pada tanggal 12 Februari 1912 di Magelang oleh suatu Perkumpulan GuruHindiaBelada (PGHB). Para perintis dalam usahanya adalah M.N.gDwidjosewojosebagaikomisaris, M.K.H Soebrotosebagaidirektur dan M.Adimidjojo sebagai bendaharawan. Para pendiri Bumiputera merasa bahwa bentuk perusahaan bersama (mutual) adalah bentuk usaha yang paling tepat karena hal ini sesuai dengan asas gotongroyong yang telah lama menjadi kebudayaan bangsa kita. Pada saat berdirinya usaha ini tidak memiliki modal (nol sen) melainkan dilandasi kemauan keras dan cita-cita yang luhur demi kesejahteraan masyarakat, dengan tujuan agar penduduk pribumi (Bumiputera) menjadi tuan rumah di negerinya sendiri terlepas dari penjajahan.¹

Dalam rangka memenuhi tuntutan pasar, khususnya dilingkungan umat muslim, maka AJB Bumiputera 1912 mengembangkan jaringan dengan membentuk divisi syari'ah.

a. Dasar pembentukan:

¹<http://www.asuransibank.com/2012/08/asuransi-bumiputera.html>.

1) Surat MUI No. 21/DSN MUI/X/2001 tanggal 17 Oktober 2001 tentang fatwa Dewan Syariah Nasional.

2) Keputusan Menteri Keuangan No. 268/KM-6/2002 tanggal 7 November 2002 tentang Persetujuan dibukanya divisi Syariah SK Direksi No. 9/Dir/th 2002 tanggal 8 November 2002 Divisi Syariah Bumiputera resmi beroperasi berlandaskan dasar syariah Islam.

b. Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) :

Atas dasar keputusan Dewan Syari'ah Nasional (DSN) maka susunan Dewan Pengawas Bumiputera Syari'ah adalah :

DR.KH.MA. Syahal Mahfudh	- Ketua
Dr. H. Endy M. Astiwara, MA.FIIS	- Anggota
Drs. H. Fattah Wibisono, MA	- Anggota

2. Falsafah Dasar Perusahaan

a. Mutual, maksudnya bahwa Asuransi Bumiputera merupakan perusahaan yang berbentuk usaha bersama.

b. Idealisme, secara historis bentuk usaha perusahaan AJB Bumiputera 1912 mempunyai dasar-dasar idealisme sebagai berikut:

1) PGHB didirikan untuk bersatu demi meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

2) Persatuan lebih ditekankan pada persatuan orang-orang bukan modal.

- 3) Keadaan sosial ekonomi para guru bumi-putera pada saat itu tidak memungkinkan mampu memiliki saham.
- 4) Naluri kekeluargaan para pendiri lebih tebal daripada naluri mendapatkan keuntungan secara pribadi.
- 5) Mengandung makna perjuangan untuk meningkatkan kesejahteraan orang-orang bumi-putera secara umum.

c. Profesionalisme

Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) yang menunjukkan keahlian dalam suatu bidang diperoleh melalui diklat (pendidikan kilat) dalam kurun waktu terdahulu dalam menjaga keberlangsungan hidup, pengembangan organisasi dan pertumbuhan bisnis.

3. Visi dan Misi Bumiputera 1912

a. Visi AJB Bumiputera 1912 adalah:

AJB Bumiputera 1912 menjadi perusahaan asuransi jiwa nasional yang kuat, modern dan menguntungkan didukung oleh SDM profesional yang menjunjung tinggi nilai-nilai idealisme serta mutualisme.

b. Misi AJB Bumiputera 1912 adalah:

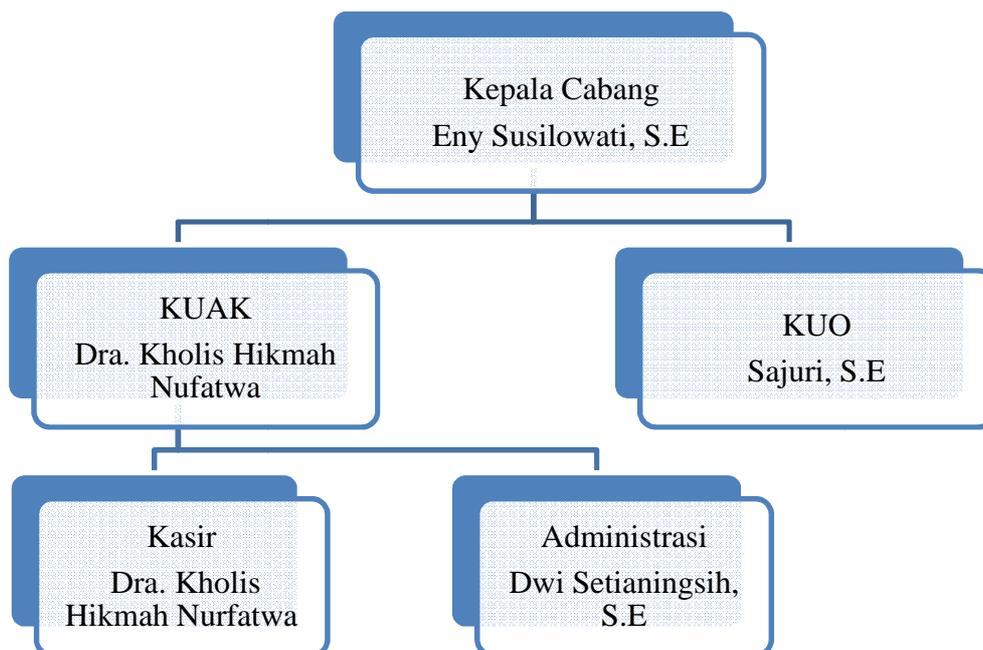
- 1) Menyediakan pelayanan dan produk jasa asuransi jiwa berkualitas sebagai wujud partisipasi dalam pembangunan nasional melalui peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

2) Menyelenggarakan berbagai pendidikan dan pelatihan untuk menjamin pertumbuhan kompetensi karyawan, peningkatan produktivitas dan peningkatan kesejahteraan, dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada pemegang polis.

3) Mendorong terciptanya iklim kerja yang motivatif dan inovatif untuk mendukung proses bisnis internal perusahaan yang efektif dan efisien.

4. Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai perusahaan yang berbentuk mutual, kekuasaan tertinggi di AJB Bumiputera 1912 terletak di tangan anggotanya yang dalam hal ini adalah para pemegang polis. Kedudukan pemegang polis selain sebagai pembeli jasa asuransi juga sebagai pemilik perusahaan. Perwujudan kekuasaan anggota disalurkan melalui wakil-wakilnya pada lembaga tertinggi perusahaan yakni Badan Perwakilan Anggota (BPA). Adapun struktur organisasi Asuransi Syariah Bumiputera Semarang adalah sebagai berikut:



B. Deskripsi Strategi Pemasaran Mitra Mabru di Asuransi Syariah Cabang Semarang

Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran mitra mabrur di Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang dari sisi diferensiasi, *marketing mix* dan *selling*. Maka akan penulis paparkan berdasarkan hasil wawancara dengan E ny Susi Iowati sebagai kepala cabang Asuransi Syariah Bumiputera Semarang dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Diferensiasi

Menurut kepala cabang Asuransi Syariah Bumiputera Semarang mengemukakan bahwa dalam *service* atau pelayanan yang diberikan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang cukup memuaskan bagi para pemegang polis atau nasabah, pelayanan yang cepat dan tepat, pemberian informasi secara singkat, jelas serta gampang dimengerti oleh semua pemegang polis. Dimana kesiapan para karyawan dan agen untuk membantu nasabah diberikan dengan baik, cepat serta pelayanan yang sopan dan ramah, sehingga para pemegang polis merasa mandannya mand dengan pelayanan tersebut. Hal ini merupakan strategi pemasaran mitra mabrur dalam melayani para pemegang polis atau paranasabahnya.

Sedangkan strategi pemasaran mitra mabrur dalam pencitraannya cukup baik dimata masyarakat, citra baik yang dimiliki asuransi syariah bumiputera jugadidukung dengan pelayanan yang bagus, pelayanan yang memuaskan sehingga membuat paranasabah merasanyaman. Citra baik

yang didapat Asuransi Syariah Bumiputera semata-mata karena memang kinerja dari sumber daya manusia atau para pengelola yang sangat hati-hati, dari pelayanan yang memuaskan dan tidak adanya permasalahan kepada nasabahnya. Dengan bayangkannya prestasi dan penghargaan yang diraih asuransi itu juga mempengaruhi citra Asuransi Syariah Bumiputera itu sendiri, karena itu bukti konkret yang dimiliki oleh Asuransi Syariah Bumiputera. Adapun penghargaan yang diraih Asuransi Bumiputera antara lain:

- a. Penghargaan tentang Citra Merk (*Brand*) sejak tahun 2002 sampai 2010, yaitu *The Best Brand, Golden Brand, Top Brand* dan sampai dengan yang terakhir tahun 2011 yaitu *Platinum Brand*.
- b. Penghargaan tertinggi untuk kepuasan pelanggan sejak tahun 2003 sampai 2009 yaitu *The Best in Achieving Total Customer Satisfaction* dari ICCSA.
- c. Penghargaan tertinggi tentang kinerja pemasaran sejak tahun 2002 sampai 2008 yaitu selalu memperoleh penghargaan *Agent of The Year* dari TAA.
- d. Penghargaan tentang Citra Merk (*Brand*) yaitu *The Greatest of the Decade* 2010.
- e. Penghargaan *The Most Expansive Insurance* tahun 2011.
- f. Penghargaan *The Most Profitable Investment* tahun 2011.
- g. Penghargaan dari *Karim Business Consulting Group* untuk kategori *Best Risk, Management Islamic Life Insurance* tahun 2013.

h. Penghargaan *Top Brand Award* tahun 2013.²

2. *Marketing Mix*

Untuk mendeskripsikan *marketing*

mix Asuransi Syariah Bumiputera Cabang

Semarang,

maka akan penulis dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Produk

Keberadaan produk asuransi syariah selain karena tuntutan pasar juga dikarenakan keberadaan terhadap prinsip-prinsip syariah terutama kemaslahatan umat dan rahmat bagai alam. Kondisi ini menunjukkan bahwa selain karena orientasi bisnis, asuransi syariah juga berorientasi bagai syiar Islam. Hal ini yang menjadikan asuransi syariah dituntut lebih aktif, kreatif dan inovatif terhadap berbagai perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.

Produk asuransi dikeluarkan oleh Bumiputera syariah secara garis besar dibedakan menjadi dua, yaitu produk asuransi kumpulan dan asuransi perorangan. Asuransi kumpulan yaitu ditujukan kepada kelompok orang atau lembaga-lembaga. Sedangkan asuransi perorangan ditujukan untuk individu, asuransi perorangan dikelompokkan menjadi dua jenis asuransi, yaitu mitra iqrada dan mitra mabrur.

Adapun penjabaran produk-produk di Asuransi Syariah Bumiputera Semarang adalah³:

²Documen Asuransi Syariah Bumiputera.

1) Mitra Iqra' (Asuransi Pendidikan)

Produk Mitra Iqra' dirancang untuk memprogram pendidikan anak secara syariah mulai dari tingkat Taman Kanak-kanak (TK) sampai dengan anak menjadi Sarjana, sekaligus berfungsi untuk menata kesejahteraan keluarga agar kelak apabila orang tua meninggal tidak sampai kesejahteraan dan pendidikan anak terabaikan.

Produk ini dinamakan Mitra Iqro' terkandungmaksudagar anak-anak yang diambilkan program pendidikan lewat Bumiputera Syariahelakelak bisa mengikuti sifat-sifat dan ketauladanan NabiMuhammad SAW.Firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 9³

Artinya : Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar.

2) Mitra Maburur(Asuransi Haji)

Firman Allah dalamAlqur'an surat Ali Imran (3) Ayat 97

³DokumenAsuransiSyariahBumiputera.

Artinya : *Padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam IbrahimBarangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke BaitullahBarangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.*

Produk mitra mabrur dirancang secara khusus untuk memprogram kebutuhan dana saat menunaikan ibadah haji ke tanah suci. Menunaikan spiritual ibadah haji adalah melaksanakan rukun Islam yang kelima, nyaris menjadi ikhtiar dan impian kita semua. Sayang sekali bahwa dengan keterbatasan biaya ikhtiar itu sering hanya berakhir dalam bentuk doa-doa panjang di ujung ibadah kita.

Dengan mitra mabrur, kita dapat merancang melaksanakan ibadah haji dengan tentram, tanpa khawatir meninggalkan keluarga di rumah. Kini impian menjadi tamu Allah tidak lagi harus berhenti pada doa.

b. Harga

Harga di sini dimaksudkan adalah harga premi, di Asuransi syariah Bumiputeraharga premi bersifat fleksibel, artinya bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Yaitu banyak macam cara untuk pembayaran premi. Sedangkan cara pembayaran premi dibagi menjadi 4 yaitu sebagai berikut:

- 1) Sekaligus minimal manfaat awal sebesar Rp. 7.200.000,-
- 2) Tahunan, minimal premi Rp. 1.200.000,-

3) Setengah tahunan, minimal premi Rp. 600.000,-

4) Triwulan, minimal premi Rp.300.000,-

Analisa harga pasar sangat erat hubungannya dengan analisa jenis produk. Melalui penggabungan kedua analisa tersebut dapat diketahui bagaimana sikap terkait dengan harga sebuah produk yang harus ditentukan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang sebelum diperkenalkan dalam sebuah promosi pada masyarakat. Terkait dengan penentuan harga produk, pada strategi promosi Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang tidak ada perubahan terhadap ketentuan harga produk Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang yang akan dipromosikan.

c. Lokasi

Lokasi Asuransi Bumiputera Syariah bertempat di Jl. A. Yani No. 141 Semarang. Menurut Eny Susilowati, S.E. Lokasi ini memiliki keuntungan yang mudah diakses transportasi baik kendaraan pribadi, bus atau angkutan umum.

Asuransi syariah Bumiputera juga satu lokasi dengan asuransi bumiputera konvensional, dengan itu memudahkan para nasabah untuk mengingat karena Asuransi Bumiputera konvensional lebih awal dikenal oleh masyarakat karena lebih awal berdiri.

d. Promosi

Dalam prakteknya, promosi yang dilakukan oleh Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang hanya melalui *personal selling* (penjualan perorangan), dengan hanya menggunakan *personal selling* (penjualan perorangan) Bumiputera menganggap cara promosi tersebut lebih efektif dan efisien, karena lebih mempengaruhi pertumbuhan perusahaan, selain itu juga menghemat biaya, karena tidak harus membayar biaya promosi lain seperti iklan atau yang lainnya. Penerapan strategi tersebut didukung dengan adanya analisis konsumen. Analisa konsumen merupakan bagian analisa pasar yang berhubungan dengan pengamatan Asuransi Bumiputera Syariah terhadap keadaan konsumen. Analisa konsumen meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen, mata pencaharian, jumlah tanggungan keluarga, karakteristik dan budaya konsumen, hingga kemampuan beli konsumen.

Analisa konsumen dilakukan untuk mengetahui keadaan yang ada di wilayah Semarang sehingga akan memberikan informasi tentang konsumen jenis mana yang akan menjadi target promosi produk Asuransi Bumiputera Syariah. Hasil dari analisa konsumen akan dapat dijadikan dasar untuk menentukan strategi pendekatan customer dalam pelaksanaan strategi penjualan pribadi.

Untuk kegiatan promosi juga bisa dilakukan pada kegiatan-kegiatan yang bersifat keagamaan, seperti: pengajian-pengajian, arisan-arisan, buka bersama atau kegiatan sosial lainnya. Dengan cara pemasaran tersebut perusahaan menganggap produk yang akan dipasarkan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas serta menggunakan waktu yang ada.

3. *Selling*

Menurut

kepala cabang Eny Susilowati Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang teknik *selling* yang digunakan menjual produk Mitra Mabru (Asuransi Haji) dengan menggunakan kemampuan *personal selling* (penjualan perorangan) serta kemampuan merekrut, membina dan mengembangkan agen. Asuransi Syariah Bumiputera cabang Semarang menambahkan penerapan *personel selling* tersebut didukung dengan adanya analisa konsumen. Analisa konsumen meliputi hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen, mata pencaharian, jumlah tanggungan keluarga, karakteristik dan budaya konsumen, hingga kemampuan beli konsumen. Sedangkan kemampuan merekrut, membina dan mengembangkan agen, perusahaan Bumiputera melakukan cara memberikan training-training atau mengikuti seminar-seminar tentang pemasaran kepada agen-agennya.

C. Deskripsi Kendala-kendala Strategi Pemasaran Mitra Mabru di Asuransi Syariah Cabang Semarang

Untuk mendeskripsikan kendala-kendala strategi pemasaran mitramabrur di Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang. Maka akan penulis paparkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan wawancara dengan kepala cabang Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang kendala-kendala yang sering dihadapi para agen dalam memasarkan produk mitramabrur adalah kurangnya pemahaman tentang asuransi, bahkan masyarakat menganggap asuransi itu tidak penting karena mereka tidak melihat dari sisi manfaat yang didapat, apalagi porsi haji yang sudah didapat sudah ada pertanggungansendiridarikementrian agama. Dengan kendala seperti itu menjaditanggungansekali gus tantangan tersendiri bagi seluruh karyawan khususnya para agen Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang untuk memberikan pemahaman tentang produk mitramabrur (asuransi haji) Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang.
2. Menurut keterangan kepala cabang Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang kendala yang sering dihadapi masyarakat itu trauma, karena banyaknya agen atau pemasar lain yang memasarkan produk asuransi yang tidak sesuai dengan keadaan produk atau manipulasi sehingga membuat masyarakat trauma dan sulit percaya dengan produk-produk asuransi. Dengan trauma yang dirasakan masyarakat itu menjaditugas penting untuk seluruh karyawan Asuransi Syariah Bumiputera Cabang Semarang

terlebih lagi itu menjadi bagian para agendanya dalam menjelaskan dan memasarkan produk mitramabrur. Dengan kendalanya seperti itu juga menuntut seluruh karyawan Asuransi Syariah Bumi Putera selalu berhati-hati dalam menerangkan sistem produk-produk Asuransi Bumi Putera.