

Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., MEI



MANAJEMEN
ASURANSI
Syariah



Perpustakaan Nasional RI. : Katalog Data Terbitan (KDT)

Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc. M.E.I.

Manajemen Asuransi Syariah

Cendekia Publishing Jl. Gajah Mada No. 112

Lumajang – Jawa Timur Telp. 0334 – 881241

Vi + 252 halaman : 14 x 20

ISBN : 978 -602-19916-1-9

MANAJEMEN ASURANSI SYARIAH

Karya : Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc. M.E.I

Editor : Aminatuz Zahroh, M.P.d.I

Desain / Lay Out : Muhammad Farid, S.Pd.I

Cetak III : September 2024

Penerbit : Cendekia Publishing

Jl. Gajah Mada No. 122

Lumajang - Jawa Timur

085257754587

email : cendekia_publish@yahoo.com

KATA PENGANTAR

Segala sesuatu selayaknya ditundukkan di hadapan Allah SWT, yang Maha Menghidupkan dan Maha Mematikan. Dari-Nya kita diadakan dan kepada-Nya kita harus siap mempertanggung-jawabkan segala amal kebajikan atau kelicikan. Dengan kekuasaan-Nya dan perkenaan-Nya, daya nalar penulis dapat berfungsi untuk menyusun huruf demi huruf, kata demi kata, dan kalimat demi kalimat sehingga tersusunlah buku ini. Maka segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah Tuhan sekalian alam.

Semoga shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW pembawa risalah pembebasan dari segala bentuk deskriminasi, eksploitasi, manipulasi dan kedholiman menuju umat yang bermoral, egaliter, toleran dan demokratis.

Dengan rampungnya penulisan buku "Manajemen Asuransi Syariah" ini penulis hanya mampu memberikan ucapan terima kasih para sahabat yang membantu penulis untuk menemukan makna kebenaran ilmiah – obyektif-rasional.

Buku ini membahas tentang manajemen asuransi Syariah dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan aplikatif, sehingga mudah dipahami dan dipraktikkan. Selanjutnya kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan buku ini.

Wallahu a'lamu bis shawab

Jember , 20 April 2024

Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., M.EI

Judul: MANAJEMEN ASURANSI SYARIAH

Penulis: Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., MEI

Editor: Dr, Aminatuz Zahro

Identitas Penulis :

Nama : Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc., MEI

NIP. : 19690706 200604 1 001

Perguruan Tinggi : UIN Khas Jember

Alamat Perg. Tinggi : Jl. Jumat No. 94 Mangli Jember

Tempat Tgl. Lahir : Sampang 6 Juli 1969

S1 : Univ. Imam Muhammad Ibn Saud,

S2 : IAIN Sunan Ampel/ Ekonomi Islam

S3 : UIN Sunan Ampel/ Ekonomi Islam

Ilmu yang ditekuni : Asuransi Syariah

Nomor HP : 081252336840

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
BAB I	
Pengertian, Sejarah dan Perkembangan Asuransi	2
BAB II	
Pengertian dan Sejarah Asuransi Syariah	14
BAB III	
Perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional	28
BAB IV	
UU Dan Fatwa MUI tentang Asuransi Syariah	50
BAB V	
Prinsip-Prinsip Operasional Asuransi Syariah	60
BAB VI	
Prinsip-Prinsip Klaim Asuransi Syariah	74
BAB VII	
Produk-Produk Asuransi Syari'ah	84
BAB VIII	
Prospek dan Tantangan Asuransi Syariah di Indonesia	94
BAB IX	
Pemasaran Asuransi Syariah	100
BAB X	
Mekanisme Pendirian Perusahaan Asuransi Syari'ah di Indonesia	170
BAB XI	
Dasar-Dasar Filosofi Asuransi Syariah.....	184
Daftar Pustaka	192
Lampiran-lampiran	198

BAB I

PENGERTIAN, SEJARAH DAN PERKEMBANGAN ASURANSI

A. Pendahuluan.

Pertumbuhan ekonomi semakin tahun semakin berkembang. Banyak sekali instansi-instansi yang bergerak dalam usaha perekonomian, salah satunya adalah tentang usaha asuransi. Dan asuransi itu sudah dilakukan atau dilaksanakan di sebagian besar Negara, bahkan asuransi itu sudah tersebar di semua Negara-negara. Akan tetapi meskipun asuransi itu sudah tersebar di tiap-tiap Negara, masih banyak kalangan yang masih belum mengerti atau memahami tentang asuransi yang sebenarnya.

Dengan demikian perlu dijelaskan tentang asuransi, pertama-tama yang perlu dijelaskan adalah tentang pengertian asuransi, agar pembaca bisa lebih mengetahui tentang asuransi itu sendiri. Dan kemudian melanjutkan tentang sejarah dan perkembangan asuransi sejak zaman klasik sampai dengan zaman modern, agar pembaca bisa mengetahui dari mana, atau sejak kapan asuransi itu dilakukan, dan disebarluaskan.

B. Pengertian

Istilah asuransi adalah serapan dari istilah bahasa Belanda *assurantie*, dalam bahasa Inggris *assurance*. Istilah lain berasal dari bahasa Belanda yang artinya sama dengan *assurantie* adalah *verzekering*, dalam bahasa Inggrisnya *insurance*. Di kalangan perguruan tinggi hukum, istilah-istilah tersebut diterjemahkan dengan “pertanggungan”. Tetapi di kalangan dunia usaha digunakan istilah serapan “asuransi”. Sekarang, baik istilah “pertanggungan” maupun “asuransi” dipakai secara resmi dalam perundang-undangan. Dalam kurikulum Fakultas Hukum di Indonesia sekarang ada yang menggunakan istilah Hukum Pertanggungan, dan ada pula yang menggunakan istilah

Hukum Asuransi, kedua-duanya memiliki makna yang sama.¹

Apakah yang dimaksud dengan asuransi atau pertanggungangan? menurut ketentuan pasal 246 KUHD: *"pertanggungangan adalah perjanjian dengan mana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi, untuk memberikan pergantian kepadanya karena kerugian,kerusakan,atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin dideritanya akibat dari suatu evenemen"*

Rumusan pasal KUHD ini lebih menekankan pada asuransi kerugian,tidak termasuk asuransi dan asuransi sosial.

Dalam pasal 1 angka (1) Undang-Undang Nomor 2 tahun 1992 tentang usaha peransuransian, asuransi atau pertanggungangan dedefinisikan sebagai berikut:

Asuransi atau pertanggungangan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih; pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungangan.

Dari rumusan tersebut dapat diemukakan bahwa pada dasarnya asuransi atau pertanggungangan merupakan suatu ikhtiar dalam rangka menanggulangi adanya resiko.²

Secara umum yang dimaksudkan dengan resiko adalah *setiap kali orang yang tidak dapat menguasai dengan sempurna,atau mengetahui lebih dahulu mengenai masa yang akan datang.* Dengan bahasa yang lain risiko adalah:

a) Kemungkinan terjadinya suatu peristiwa yang tidak diinginkan atau diharapkan terjadi.

¹ .Prof. Abduladir Muhammad,S.H. 2000, *Rilda Murniati,S.H.,M.Hum."*Lembaga Keuangan dan Pembiayaan", (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti), 121.

² . suhrawati k.lubis. 2000, "*Hukum Ekonomi Islam*". (Jakarta: Sinar Grafika), 72

- b) Peristiwa yang dimungkinkan atau tidak diharapkan terjadi, dan keadaan ini lazim dikatakan sebagai kehilangan sebagai penurunan atau pemusnahan nilai ekonomi.

Akhirnya *risiko* tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut.

- a) Kemungkinan kehilangan atau kerugian;
- b) Kemungkinan penyimpangan harapan yang tidak menguntungkan karena kemungkinan penyimpangan harapan merupakan suatu kehilangan.

Antara risiko dan asuransi mempunyai keterkaitan yang sangat erat sebab asuransi adalah menanggulangi risiko. Tanpa adanya risiko, asuransi atau pertanggungan tidak akan ada.³

Untuk ini Dewan Asuransi Indonesia (DAI) dalam kertas kerjanya pada symposium hukum asuransi sebagaimana dikonstatir oleh Sri Rejeki mengungkapkan asuransi atau pertanggungan di dalamnya tersirat pengertian adanya suatu risiko, yang kejadiannya belum dapat dipastikan dan adanya pelimpahan tanggung jawab memikul beban risiko tersebut kepada pihak lain yang sanggup mengambil alih tanggung jawab. Sebagai kontraprestasi dari pihak lain yang melimpahkan tanggung jawab, ia diwajibkan membayar sejumlah uang kepada pihak yang menerima pelimpahan tanggung jawab.

Menyangkut bentuk badan hukum peransuransian itu di Indonesia diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992 dalam Bab IV Pasal 7, yang pada intinya berbunyi:

- 1) Usaha perasuransian hanya dapat dilakukan oleh badan hukum yang berbentuk:
 - a) Perusahaan perseroan,
 - b) Koperasi,
 - c) Perseroan terbatas
 - d) Usaha bersama (mutual)
- 2) Dengan tidak mengurangi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), usaha konsultan aktuarial dan

³ . Drs. H. Abbas Salim; M.A. 1993, *Asuransi dan Manajemen Risiko* (Jakarta : PTGrafinda Persada), 48

usaha agen asuransi dapat dilakukan oleh perusahaan perorangan.

- 3) Ketentuan tentang usaha peransuransian yang berbentuk usaha bersama (mutual) diatur lebih lanjut dengan undang-undang.

C. Sejarah Timbulnya Asuransi Sejak Zaman Klasik Sampai Zaman Modern

Dalam sejarah timbulnya asal usul asuransi itu terdapat banyak perbedaan pendapat, karena langkanya bukti-bukti yang dapat dipercaya. Dan diantara perbedaan-perbedaan tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Yang pertama: ada yang berpendapat bahwa benih asuransi harta sudah ada di lembah Euphrat, Babylonia, (yang sekarang menjadi kota Irak) yaitu sekitar 2250 SM.⁴ Pada waktu itu perdagangan Babylonia berkembang pesat dan bahkan para saudagar/majikan akhirnya mengirimkan para penjual ini sampai ke luar negeri sehingga semakin banyak memakan waktu. Para majikan ini tentu saja meminta sesuatu jaminan untuk meyakinkannya bahwa para penjual itu akan kembali dengan membawa laba dan tidak akan melarikan diri. Maka para penjual itu menjadikan harta mereka sebagai jaminan bahwa mereka tidak akan menipu majikan mereka.

Sayangnya sebagian daerah yang dikunjungi para penjual ini tidak aman. Adakalanya barang-barang dan uang kepunyaan mereka kena rampas di tengah jalan, dan kembali dengan tangan hampa ke negeri mereka. Akibatnya harta yang mereka jadikan sebagai jaminan disita oleh majikan mereka. Hal ini menimbulkan protes dari pihak penjual, sehingga akhirnya terjadilah perubahan pengaturan

perjanjian. Dengan sistem baru ini, majikan dan penjual membagi rata keuntungan yang diperoleh dari perjalanan dagang tersebut. Akan tetapi jika terjadi kerugian, yang disebabkan oleh pencurian dan perampokan

⁴. <http://mediaasuransi.wordpress.com/>

di negeri asing dan bukan karena kesalahan penjual, maka harta jaminan penjual itu tidak akan disita. Jadi sebahagian resiko usaha itu dipindahkan dari para penjual kepada majikannya. Pemindahan atau pergeseran resiko yang merupakan salah satu ciri-ciri asuransi inilah yang merupakan benih asuransi harta.

Yang kedua: yaitu Diriwayatkan tentang salah seorang Raja di Negeri Mesir yang bermimpi melihat tujuh ekor sapi yang kurus-kurus masing-masing menelan seekor sapi yang gemuk. Dalam mimpinya yang kedua Raja melihat tujuh butir gandum yang kosong. Yang mana masalah ini termaktub dalam Al-Qur'an surat Yusuf ayat 48-49.

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعِ
 سُنبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأُخَرَ يَابِسَاتٍ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ﴿٤٨﴾ قَالَ
 تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَكُلُونَ
 ﴿٤٩﴾ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا
 تَحْصِنُونَ ﴿٥٠﴾

46. (setelah pelayan itu berjumpa dengan Yusuf Dia berseru): "Yusuf, Hai orang yang Amat dipercaya, Terangkanlah kepada Kami tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk yang dimakan oleh tujuh ekor sapi betina yang kurus-kurus dan tujuh bulir (gandum) yang hijau dan (tujuh) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya."

47. Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

48. kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.

Dalam masalah tersebut Nabi Yusuf A.S. diminta menafsirkan mimpi tersebut dan menerangkan bahwa negara Mesir akan mengalami tujuh tahun berturut-turut panen gandum yang subur dan kemudian tujuh tahun berikutnya berturut-turut akan mengalami masa paceklik.

Selanjutnya Nabi Yusuf AS. memberi saran agar pada saat panen yang melimpah itu sebagian panen dicadangkan untuk masa paceklik yang akan datang.

Yang ketiga: menurut Prof. Dr. Wirjono Prodjodikoro, S.H. sejarah lahirnya asuransi dapatlah dibagi dalam 3 periode, ialah:⁵

1. Zaman Kebesaran Yunani,
2. Zaman Kebesaran Kerajaan Romawi,
3. Zaman Abad Pertengahan,
4. Zaman sesudah abad pertengahan sampai sekarang.
5. Zaman Kodifikasi Prancis.

1. Zaman Kebesaran Yunani

Menurut Mr. H.J. Scheltema dalam bukunya

“Verzekeringsrecht” halaman 3, diceritakan oleh Aristoteles, bahwa di zaman kebesaran negeri Yunani di masa pemerintahan Iskandar Zulkarnaen alias Alexander The Great (356-323 tahun sebelum masehi), ada seorang menteri keuangan bernama Antinemes, yang pada suatu waktu sangat kekurangan uang. Pada waktu itu, ada beberapa budak belian berkumpul di suatu tempat yang berada di bawah kekuasaan tentara. Budak-budak belian ini adalah kepunyaan orang-orang kaya. Untuk mendapat uang yang dibutuhkan itu menteri keuangan tersebut mengusulkan kepada para pemilik budak-budak belian itu agar mereka mendaftarkan budak-budaknya dan membayar kepada Antinemes sejumlah uang setiap tahun, dengan perjanjian bahwa apabila budak melarikan diri, antinemes akan meminta kepada kepala daerah untuk menangkap budak itu atau untuk membayarkan kepada si pemilik harga jaul beli dari budak tersebut.

⁵. Djoko Prakoso, S.H. 2000, *Hukum Asuransi Indonesia*. (Jakarta: Rineka Cipta), 49

Dengan demikian, Antinemes ternyata menerima sejumlah besar uang yang seperti uang premi dalam asuransi, dan ia mendapat uang sebesar yang ia butuhkan pada waktu itu. Tetapi sebaliknya ia memikul risiko, bahwa di kemudian hari ia mungkin harus membayar ke pemilik budak sejumlah uang jual beli budak yang melarikan diri. Perjanjian ini pada umumnya memang sama dengan perjanjian asuransi atau pertanggungan.

Mr. Scheltema menceritakan lagi, bahwa beberapa kotapraja di Yunani, pada waktu itu mendapatkan uang yang dibutuhkan dengan jalan meminjam sejumlah uang, misalnya 3.600 drachmen, dengan janji kepada si pemilik uang itu, ia akan diberi bunga sebesar 30 drachmen setiap bulan sampai dengan wafatnya. Sedang pada waktu wafatnya itu diberi 150 drachmen untuk biaya mengubur jenazah si wafat. Hal semacam ini mirip asuransi jiwa.

2. Zaman Kebesaran Kerajaan romawi

Dari zaman ini, Scheltema menyebutkan beberapa bukti tentang sejarah Romawi, antara lain ditulis oleh Cicero (10-43 tahun sebelum masehi) dan Livius (50-10 tahun sesudah permulaan tahun masehi)

Menurut Scheltema, buku-buku tersebut menggambarkan adanya berbagai perjanjian yang mengandung unsur-unsur asuransi ganti kerugian. Tetapi tidak dapat dikatakan sama dengan asuransi itu.

Sebaliknya, Scheltema melihat berbagai perjanjian yang banyak persamaannya dengan asuransi sejumlah uang. Oleh Scheltema disebutkan adanya suatu perkumpulan (*collegium*), yang dinamakan *collegiums cultorum et diance et antinoi*. dalam perkumpiulan ini, para anggota membayar uang pangkal sebesar 100 asses dan uang iuran 5 asses sebulan. Apabila seorang anggota meninggal dunia, kepada para ahli waris dibayar 300 asses untuk baiya penguburan.

Scheltema menyebutkan juga adanya suatu perkumpulan yang dinamakan *collegiums lambesis*. Dalam perkumpulan ini, setiap anggota harus membayar

uang pangkal dan uang iuran setiap bulan, dengan penetapan, bahwa apa bila seorang anggota dalam dinas ketentaraan di naikan pangkatnya, kepadanya akan diberi uang sejumlah 500 dinar. Ini dimaksudkan untuk biaya pesta-pesta yang diadakan dalam rangka merayakan kenaikan pangkat tadi.

Juga ditetapkan, bahwa apabila seorang anggota dalam ketentaraan dipindahkan ketempat lain, kepadanya diberikan uang sejumlah 500 dinar ditambah dengan dengan 200 dinar untuk biaya pengangkutan ke tempat baru itu. Apabila seorang anggota meninggal dunia, kepada para ahli waris di beri uang sebesar 500 dinar. Dua perkumpulan tadi, mirip dengan suatu asuransi jiwa secara saling menjamin (*onderlinge levensverzekering*)

3. Zaman Abad Pertengahan

Menurut Scheltema kira-kira pada tahun 900 di Exter, negeri Inggris, ada kebiasaan di antara para anggota suatu "gilde" (perkumpulan orang-orang yang sama pekerjaannya, seperti para tukang batu, pembuat roti dan petani dijanjikan, bahwa bila rumah salah satu orang anggota terbakar, kepadanya diberikan sejumlah uang dari sana kepunyaannya gilde itu.

Asuransi kebakaran ini, menurut Scheltema, juga telah diceritakan terdapat pada tahun 1118 di Iceland dan pada tahun 1240 di Vlaanderen. Pun di Denmark, Jerman dikabarkan sudah ada perjanjian yang bermaksud membagi resiko atas kebakaran atau lain-lain kecelakaan di antara orang banyak.

Oleh beberpa penulis, yaitu molenggraf, Dourhout mees dinyatakan dengan jelas, bahwa pada abad ke-13 dan ke-14 mulailah ada dan berkembang asuransi pengangkutan di laut.

Gejala ini, ada hubungan erat dengan tempat berkembangnya perdagangan melalui laut pada waktu itu, yang dimulai di lautan tengah setelah diadakan "kruistochten" yaitu pengiriman tentara-tentara dari berbagai Negara di Eropa Barat untuk membebaskan

Jerusalem, tanah suci umat Kristen, dari suatu penguasaan oleh penguasa yang beragama lain.

Dirasakan betul-betul, bahwa pada pengangkutan dengan kapal laut banyak risikonya. Pada waktu itu belum ada radio dan radar, yang memungkinkan orang dapat lekas mengetahui, apakah di suatu kapal laut berada dalam bahaya dan dimana kapal laut itu berada.

Dengan demikian, dapat dimengerti, bahwa di bidang pengangkutan lautlah biasanya yang sering mengakibatkan kapal dengan penumpang-penumpangnya dan barang-barang angkutannya musnah sama sekali, pemilik kapal merasa benar-benar ditimpa suatu malapetaka. Karena itu dibidang pengangkutan laut ini, sangat dirasakan kebutuhan membagi risiko itu kepada orang lain.

Bentuk pembagian risiko itu, dapat berupa bermacam-macam seperti: Para pemilik kapal dan para pengangkut barang, meminjam uang dari orang lain untuk membiayai kapal dan pengangkutan barang-barang itu, dengan janji bahwa uang pinjaman itu tidak perlu dibayar kembali, apabila kapal dan barang-barang angkut musnah di tengah-tengah laut. Sebaliknya uang pinjaman ini harus dikembalikan, dan biasanya ditambah dengan bunga apabila kapal dan barang-barang angkutan terhindar dari malapetaka.

4. Zaman Sesudah Abad Pertengahan Sampai Sekarang

Pada penghabisan abad-abad pertengahan dan sesudahnya, ternyata asuransi laut berkembang cepat, sehingga menjadi hal yang biasa di Eropa Barat. Lama kemudian, baru menyusul perkembangan asuransi kebakaran. Menurut Nolst Trenite, asuransi kebakaran ini mulai diadakan di Inggris pada penghabisan abad ke-17 dan satu abad kemudian barulah menyusul di Prancis dan Belanda.

5. Zaman Kodifikasi Prancis

Seperti diketahui, di Prancis kodifikasi hukum perdata dan hukum dagang diselenggarakan oleh kaisar Napoleon, dan dianut dalam dua kitab yaitu *Code Civil*

(kitab hukum perdata) dan *Code de Commerce* (kitab hukum dagang).

Ini terjadi pada permulaan abad ke-19. Pada waktu itu dalam *Code de Commerce* hanya termuat pasal-pasal mengenai asuransi laut.

Dalam rancangan undang-undang yang di adakan di Negeri belanda untuk kitab Hukum Dagang, juga hanya termuat peraturan tentang asuransi laut. Baru dalam rancangan Undang-Undang Hukum Perniagaan pada tahun 1983. Termuat peraturan-peraturan mengenai asuransi kebakaran, asuransi hasil bumi, dan asuransi jiwa.

Sistem ini juga dianut dalam kitab UU Hukum Perniagaan untuk Hindia Belanda dulu, yang sampai sekarang masih berlaku di Indonesia.⁶

D. Perkembangan asuransi

Setelah dijelaskan tentang sejarah timbulnya asuransi yang dijelaskan di atas, maka kita dapat mengetahui perkembangan asuransi, yaitu asuransi zaman klasik sampai zaman modern.

Sangat jelas sekali perkembangan asuransi dari abad ke abad. Maka dapat diketehui bahwa pada zama Yunani sampai pada abad pertengahan mengandung faktor-faktor persamaan dengan pengertian yang tercakup di dalam suatu perjanjian asuransi atau pertanggungan. Dari kedua kedua tersebut dapat ditarik sebuah penjelasan, bahwa pada mulanya terdapat jenis pertanggungan sejumlah uang dan kemudian berkembang menjadi pertanggunga kebakaran dan pertanggungan laut. Akan tetapi pada abad-abad tersebut, yang namanya pertanggungan tersebut masih belum dikatakan sebagai asuransi, karna pada abad tersebut masih belum ada peraturan-peraturan tentang asuransi atau hukum-hukum yang mengatur tentang asuransi.

⁶ . Kasmir,S.E.M.M. 2010, *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan lainnya*. (Jakarta: Rajawali Pers.), 293.

Hukum-hukum asuransi itu diatur atau dikodifikasikan itu sekitar permulaan abad ke-19, yaitu terletak di Prancis yang dikodifikasikan oleh kaisar Napoleon. dan rancangan undang-undang asuransi itu juga dilakukan di Belanda pada tahun 1993, dalam undang-undang tersebut, termuat peraturan-peraturan mengenai asuransi, asuransi kebakaran, asuransi hasil bumi, asuransi jiwa dll. Dan setelah itu barulah muncul macam-macam asuransi yang telah kita ketahui sekarang ini.

E. Kesimpulan

Pertanggungan adalah perjanjian dengan mana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi, untuk memberikan pergantian kepadanya karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan yang mungkin dideritanya akibat dari suatu evenemen.

Kemudian tentang sejarah timbulnya asuransi, banyak pendapat yang berbeda yang menjelaskan awal terjadinya asuransi, akan tetapi meskipun banyak pendapat yang berbeda tentang awal mula asuransi. Bias di ambil kesimpulan bahwa awal mula asuransi itu terjadi pada tahun sebelum masehi.

Asuransi yang ada pada tahun sebelum masehi, yaitu adakalanya perjanjian yang mirip dengan asuransi jiwa. Dan kemudian pada tahun 900 masehi terjadi perjanjian yang mirip dengan asuransi kebakaran dan asuransi kelautan. Kemudian setelah adanya kodifikasi tentang hukum-hukum asuransi di Prancis, maka kemudian muncul asuransi yang berkembang sampai saat ini. Yang juga dilakukan di Indonesia.

F. BUKU BACAAN YANG DI ANJURKAN

Kasmir. 2010, *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan lainnya*. Rajawali Pers. Jakarta.

k. Lubis suhrawati . 2000 *Hukum Ekonomi Islam*". Sinar Grafika. Jakarta.

Muhammad Abduladir ,muniarti ilda." *Lembaga Keuangan dan Pembiayaan*", PT. Citra Aditya Bakti. Bandung. 2000

Salim Abbas. 1993, *Asuransi dan Manajemen Risiko*. PT. Grafinda Persada. Jakarta..

Prakoso Djoko. 2000, *Hukum Asuransi Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta.

<http://mediaasuransi.wordpress.com>

BAB II PENGERTIAN DAN SEJARAH ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan.

Konsep dasar perasuransian islam di Indonesia. Tidak terlepas dari perilaku umat Islam dalam memandang kelembagaan-kelembagaan yang ada untuk kegiatan muamalahnya. Dari pengamatan terhadap perkembangan industri asuransi di Indonesia, tampak bahwa baik pertumbuhan pada industri ini maupun rasio pemegang polis asuransi dibandingkan jumlah penduduk Indonesia yang masih jauh di baWah kemajuan yang di capai Negara lain.

Manusia sebagai mahluk sosial sebaiknya sama-sama memperhatikan dan saling tolong menolong antara masyarakat satu dengan yang lainnya. Kepedulian akan mayarakat yang lain merupakan wujud dari prilaku manusi yang mulia. Sebab, Al-Qur'an dan Al-Hadits mewajibkan setiap manusia saling tolong menolong dan peduli akan sesama manusia. Dalam surat al-Maidah ayat 5 Allah berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥﴾

"Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya".
(QS. 5: 2)

Asuransi Syariah yang lebih di kenal dengan sebutan takaful menggunakan atau bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits berpegang pada prinsip- prinsip syari'ah. Berbeda dengan asuransi konvensional yang prinsipnya tidak jelas dan meragukan. Maka dari itu semua kalangan dan pakar-pakar ekonomi atau cendekiawan Islam tidak menyetujui dengan adanya asuransi konvensional.

Maka dari itu para pakar ekonomi Islam dan jajaran ulama' memikirkan sekaligus melahirkan Asuransi Syariah khususnya di indonesia supaya masyarakat islam tidak

terjebak di dalam perudian , riba dan lain sebagainya. Yang bisa meracuni akidah masyarakat Islam.

B. Pengertian Asuransi Syariah

Banyak literature dan berbagai pendapat tentang Asuransi Syariah yang dikemukakan oleh para ahli, di antaranya :

Kata Asuransi berasal dari bahasa Belanda *Asurantie* yang dalam hukum Belanda di sebut *Verzekering* yang artinya pertanggungan. Dari peristilahan *Assurantie* kemudian timbul istilah *Assurandeur* bagi penanggung dan *Geassurantie* bagi tertanggung.⁷

Menurut Undang – Undang Hukum Dagang Pasal 246 asuransi di artikan sebagai berikut, Asuransi adalah suatu perjanjian dengan mana seseorang penanggung mengikat diri kepada seseorang tertanggung, dengan menerima suatu premi untuk memberikan menggantikan kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang di .harapkan, yang mungkin terjadi karena suatu peristiwa yang tidak tentu.⁸

Kalau menerut Undang – Undang No 2 Tahun 1992 tentang uasaha perasuransian sebagai berikut, Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihakpenanggung mengingatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberi suatu pembayaran yang di dasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.⁹

Dari pengertian tersebut dapat di pahami bahwa dalam asuransi terdapat empat unsur yang mesti ada. *Pertama*, perjanjian yang mendasari terbentuknya perikatan

⁷ Muhammad Syakir Sula,Ir.,AAIF.,FIIS. 2004, *Asuransi Syari'ah (life and general) konsep dan system* (Jakarta: Gema Insani Press,.) 26

⁸ Sigit triandaru dan Totok Budisantoso. 2006, *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: Selemba Empat,.) 291

⁹ Sigit triandaru dan Totok Budisantoso. 2006, *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan lainnya*, (Jakarta: Selemba Empat,.) 73

antara dua pihak yang sekaligus terjadinya hubungan perdataan. *Kedua*, premi berupa sejumlah uang yang sanggup dibayar oleh tertanggung kepada penanggung. *Ketiga*, adanya ganti rugi dari penanggung kepada tertanggung jika terjadi klaim atau masa perjanjian selesai. *Keempat*, adanya suatu peristiwa yang tidak tertentu yang memungkinkan datang pada waktu tertentu.¹⁰

Dalam bahasa Arab asuransi dengan istilah at-ta'min (penanggung), disebut mu'ammin (tertanggung) di sebut mu'amman lahu atau musta'min. At-ta'min diambil dari amana yang berarti memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut.¹¹

Pengertian at-ta'min adalah seorang membayar atau menyaerahkan uang cicilan agar ia atau ahli warisnya mendapatkan sejumlah uang sebagai mana yang telah di sepakati, atau untuk mendapatkan ganti terhadap hartanya yang hilang.

Menerjemahkan istilah asuransin kedalam asuransi islam terdapat beberapa istilah, antara lain Takaful (bahasa arab), Ta'min (bahasa arab), dan Islamic insurance (bahasa Inggris). Istilah – istilah tersebut pada dasarnya tidak berbeda satu sama lain yang menanggung makna pertanggungangan atau saling menanggung. Namun dalam prakteknya istilah yang paling populer di gunakan di beberapa negaa termasuk Indonesia adalah istilah Takaful. Istilah takaful ini pertama kali di gunakan oleh *Dar Al Mal Al Islami*, sebuah perusahaan asuransi Islam di Genewa yang berdiri pada tahun 1983.¹²

Al- Syekh Wahbah az-Zuhaili mendefinisikan asuransi dalam dua bentuk bagian, yaitu *al-Ta'min al-ta'wuni* (asuransi tolong menolong) adalah kesepakatan sejumlah

¹⁰ Prof.H.A.Djazuli dan Drs.Yadi Janwari,M.Ag, 2002, *Lembaga – Lembaga Perekonomian Umat(sebush pengenslsn)* ,(Jakarta: PT RajaGrafindoPersada), 120

¹¹ Wirdyaningsih, SH., MH, *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2005), (hlm 221)

¹² Gemala Dewi,S.H., LL.M. 2006, *Aspek – Aspek Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Perasuransian Syari'ah Di Indonesia*, (Jakarta: kencana Prenada Media Group), 136

orang untuk membayar sejumlah uang sebagai untuk ganti rugi ketika salah seorang di antara mereka mendapat kemudharatan. Dan *al-ta'min bi qist sabit* (asuransi dengan pembagian tetap) adalah akad yang mewajibkan seseorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terdiri dari beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapat kecelakaan, ia di beri ganti.¹³

Musthafa ahmad al-Zarqa' memaknai asuransi sebagai berikut: asuransi adalah sebagai suatu cara atau metode untuk memelihara manusia dalam ,menghindari risiko (ancaman) bahaya yang beragam yang akan terjadi dalam hidupnya, atau dalam aktivitas ekonominya. Ia berpendapat bahwa asuransi adalah system *ta'awun* dan *tadhamun* yang bertujuan untuk menutupi kerugian peristiwa-peristiwa atau musibah-musibah oleh sekelompok bertanggung kepada orang yang tertimpa musibah tersebut. Pengganti tersebut berasal dari premi mereka.¹⁴

Dalam Ensiklopedia Indonesia disebutkan bahwa asuransi adalah jaminan atau perdagangan yang di berikan oleh penanggung (biasanya kantor asuransi) kepada yang bertanggung untuk risiko kerugian sebagai yang di tetapkan dam surat perjanjian (polis) bila terjadi kebakaran, kecurian, kerusakan,dan sebagainyaataupun untuk kehilangan jwa (kematian) atau kecelakaan lainnya, dengan yang bertanggung membayar premi sebanyak yang di tentukan kepada penanggung tiap – tiap bulan.¹⁵

Di Indonesia sendiri, asuransi Syariah sering di kenal dengan istilah takaful. Kata takaful berasal dari takafala yatakafula yang berarti menjamin atau saling menanggung.¹⁶ Penggantian atau ganti rugi tersebut berasal dari pembayaran premi mereka yang di bayarkan setiap bulan atau setiap musim dengan berkesinambungan sesuai dengan perjanjian yang talah di sepakati.

¹³ Ibid, 222

¹⁴ Ibid, 223

¹⁵ M. Ali. Hasan. 1997, *Masail Fiqiyah Zakat, Pajak Asuransi dan Lembaga- Lembaga Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,), 57

¹⁶ Wirduyaningsih, SH., MH. 2005 , *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 222

Muhammad Syakir Sula mengartikan takaful dalam pengertian muamalah adalah saling memikul resiko di antara sesama orang, sehingga antara satu dengan ,yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang lainnya.¹⁷

Umat Islam Sebagai makhluk sosial, Islam mewajibkan hidup dengan penuh solidaritas. Hidup solidaritas yang diartikan hidup penuh saling memikirkan dan memperhatikan sikap anggota dalam bermasyarakat dan saling membantu mengatasi kesulitannya.

Apabila kita memasukkan Asuransi Takaful atau Asuransi Syariah kedalam lapangan muamalah, maka takaful mengandung pengertian yaitu saling menanggung risiko di antara sesama manusia sehingga di antara satu dengan yang lain menjadi penanggungan atas resiko masing-masing. Dengan demikian, gagasan mengenai asuransi takaful atau Asuransi Syariah berkaitan saling menanggung resiko diantara para peserta asuransi, dimana peserta yang satu menjadi penanggung peserta lainnya.

Dewan Syari'ah nasional pada tahun 2001 telah mengeluarkan fatwa mengenai Asuransi Syari'ah. Dalam fatwa DSN No. 21 / DSN-MUI / X / 2001 bagian pertama mengenai ketentuan umum angka 1 disebutkan pengertian asuransi syari'ah (ta'min,takaful, atau tadhamun) adalah usaha saliong melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang / pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau tabarru' yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syari'ah.¹⁸

C. Sejarah Asuransi Syariah.

Lembaga asuransi sebagaimana dikenal sekarang sesungguhnya tidak dikenal pada masa awal Islam, akibatnya banyak literatur Islam menyimpulkan bahwa asuransi tidak dapat dipandang sebagai praktek yang halal. Walaupun secara jelas mengenai lembaga asuransi ini tidak dikenal pada masa Islam, akan tetapi ada beberapa

¹⁷ Ibid , 224

¹⁸ Ibid , , 224

aktivitas dari kehidupan Rasulullah Saw yang mengarah prinsip-prinsip asuransi.

Sebelum di masa Rasulullah Saw, ada praktek yang menunjukkan praktik – praktek asuransi yaitu praktek asuransi yang pernah dilakukan oleh Nabi Yusuf as. Yaitu pada saat ia menafsirkan mimpi Raja Kitfir Abdul Aziz. Tafsiran yang ia sampaikan adalah bahwa Mesir akan mengalami 7 tahun panen yang melimpah dan diikuti dengan 7 tahun masa paceklik. Untuk menghadapi masa kesulitan (paceklik) itu, Nabi Yusuf AS. menyarankan agar menyisihkan sebagian dari hasil panen pada masa 7 tahun pertama. Saran dari Nabi Yusuf as ini diikuti oleh Raja Kitfir Abdul Aziz, sehingga masa paceklik dapat ditangani dengan baik.¹⁹

Pada masa Arab sendiri, terdapat system ‘aqilah yang sudah menjadi kebiasaan mereka sejak masa pra Islam. ‘Aqilah merupakan cara penutupan (istilah yang digunakan oleh AM Hasan Ali) dari keluarga pembunuh terhadap keluarga korban (yang terbunuh). Kebiasaan ini kemudian dilanjutkan sampai masa Nabi Muhammad SAW, dan praktek ini yang mengarah kepada prinsip asuransi. Yang terdapat pada Hadits berikut ini.

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah ra, ia berkata: berselisih dengan dua orang wanita dari suku huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu kepada wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang di kandunginya. Maka, ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadakan peristiwa tersebut pada Rasulullah SAW, maka Rasulullah SAW memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin tersebut dengan pembebasan seorang budak laki-laki atau perempuan, dan memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut dengan uang darah (diyath) yang di bayarkan oleh ‘aqilahnya (kerabat dari orang tua laki - laki).(HR.Bukhari)²⁰

¹⁹Ibid, 224

²⁰ Ibid, 225

Praktek *'aqilah* yang dilakukan oleh masyarakat Arab dan diturunkan oleh Nabi Muhammad SAW ini sama dengan praktek asuransi pada saat ini, di mana sekelompok orang membantu untuk menanggung orang lain yang tertimpa musibah. Perkembangan praktek *'aqilah* yang sama dengan praktek asuransi ternyata tidak hanya diterapkan pada masalah pidana, tetapi juga mulai diterapkan dalam masalah perniagaan.

Seringkali disebutkan dalam literatur bahwasanya asuransi pertama kali dilakukan di Italia berupa asuransi perjalanan laut pada abad ke-14. Namun sebenarnya sebelum abad ke-14 asuransi telah dilakukan oleh orang-orang Arab sebelum datangnya Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW. Orang Arab yang mahir di bidang perdagangan telah melakukan perdagangan ke Negara-Negara lain melalui jalur laut. Untuk melindungi barang-barang dagangannya ini mereka mengasuransikannya dengan tidak menggunakan sistem bunga dan riba.

Di bidang inilah bisnis asuransi semakin berkembang, terutama dalam hal perlindungan terhadap barang-barang perdagangannya. Namun perkembangan ini tidak sesuai dengan prinsip atau praktek Asuransi Syari'ah. Meskipun demikian, dengan banyaknya kajian terhadap praktek perekonomian dalam perspektif hukum Islam, asuransi mulai disesuaikan dengan ketentuan-ketentuan Syari'ah.

Tidak dapat disangkal bahwa keberadaan Asuransi Syari'ah tidak dapat dilepaskan dari keberadaan Asuransi Konvensional yang telah ada sejak lama. Sebelum terwujudnya Asuransi Syari'ah, terdapat berbagai macam perusahaan asuransi konvensional yang rata-rata dikendalikan oleh nonmuslim.

Untuk membangun ummat Islam jangka panjang, masyarakat Islam perlu selalu mengarahkan prinsip-prinsip perniagaan yang terdapat dalam Islam berdasarkan nash-nahs al-Qur'an dan Hadis yang jelas atau pendapat para pakar ekonomi Islam. Untuk itu asuransi berlandaskan Syari'ah merupakan lembaga yang dapat membawa umat Islam ke arah kemakmuran patut diwujudkan.

Atas landasan bahwa asuransi konvensional hukumnya adalah haram, maka kemudian dipikirkan dan di

rumuskan bentuk asuransi yang bisa terhindar dari sifat haram. Dan pada abad 20 di beberapa negar Timur Tengah dan Afrika telah mencoba mempraktekkan asuransi dalam bentuk Asuransi Syariah yang ,lebih dikenal dengan takaful yang kemudian berkembang pesat hingga kenegar–Negara yang berproduk nonmuslim sekalipun di Eropah dan di Amerika.²¹

Sedangkan di Indoesia asuransi takaful baru muncul pada tahun 1994 seiring dengan di resmikannya PT. Syarikat Tsksful Indonesia yang kemudian mendirikan 2 anak perusahaan yaitu PT AsuransiTakaful keluarga pada tahun 1994 dan PT Asuransi Takaful Umum pada tahun 1995.²²

Gagasan dan pemikiran didirikannya asuransi berlandasan Syari'ah sebenarnya sudah muncul tiga tahun sebelum berdirinya Takaful dan makin kuat sejak diresmikan Asuransi syariah Muamalat Indonesia pada tahun 1991. dengan beroperasinya Asuransi syariah–asuransi syariah Syari'ah dirasakan kebutuhan akan kehadiran jasa asuransi Syari'ah pula. Berdasarkan pemikiran tersebut Ikatan Cendekiawan Muslim se- Indonesia (ICMI) pada tanggal 27 July 1993 melalui abdi bangsanya Asuransi syariah Muamalat Indonesia (BMI) dan perusahaan asuransi Tugu Mandiri sepakat memprakarsai pendirian takaful dengan menyusun Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI).²³

TEPATI itulah yang menjadi pelopor lahirnya Asuransi Takaful Indonesia dengan mendirikan dua PT Asuransi Takaful Indonesia, yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga (Asuransi Jiwa) dan PT Asuransi Umum (Asuransi Kecelakaan).

Langkah awal TEPATI dalam membentuk Asurasnsi Takafu Indonesia adalah melakukan studi banding ke Negara tetangga yaitu Negara Malaysia pada tanggal 7 sampai 10

²¹ Ibid, 226

²² Gemala Dewi,S.H. 2006, LL.M, *Aspek – Aspek Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Perasuranstan Syari'ah Di Indonesia,kencana* (Jakarta: Prenada Media Group), 136

²³ Ibid, 140

September 1993. hasil ilmu yang di peroleh di dalam melakukan studi banding itu, diseminarkan di Jakarta pada tanggal 19 oktober 1993 yang merekomendasikan segera membentuk Asuransi Takaful Indonesia.

Pada tanggal 25 Agustus 1994 lahirlah Asuransi Takaful Indonesia yang secara resmi di dirikan. Pendirian ini secara resmi di launchingkan di Puri Agung Room Hotel Syahid Jakarta. Izin operasionalnya Asuransi ini di peroleh dari Departemen Keuangan melalui surat Keputusan Nomor: Kep 385/KMK.017/1994 pada tanggal 4 Agustus 1994. dan pada saat itu pula asuransi beroperasi secara sungguh-sungguh. Dan Asuransi Syari'ah pada saat itu ada tiga macam, yaitu Asuransi Takaful Keluarga, Asuransi Takaful Umum, dan Asuransi Takaful Mubarakah. Dan pada saat itu pula ada beberapa asuransi konvensional yang membuka cabang Syari'ah seperti MMA, Great Estern, Tripakarta, Bringin Life, Bumi Putra, Dharmala, dan Jasindo.²⁴

D. Perkembangan Asuransi Syari'ah

Seiring dengan kemajuan zaman seperti saat ini, dan asuransi sudah bayak dibutuhkan mayarakat. Yang di percayai sebagai lembaga yang menjamin jiwanya dengan prinsip Syari'ah, maka dari itu Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) menyediakan dua jenis perlindungan Takaful (Asuransi Syari'ah), yaitu Takaful Keluarga (Asuransi Jiwa) dan Takaful umum (Asuransi Kecelakaan).

Takaful Keluarga adalah bentuk Takaful yang memberikan perlindungan kepada peserta takaful dalam menghadapi bencana kematian dan kecelakaan yang menimpa kepada peserta Takaful.²⁵

Bentuk-bentuk takaful keluarga adalah :

²⁴ Gemala Dewi,S.H. 2006, LL.M,Aspek – Aspek Hukum Dalam Perasuransian syariahan Dan Perasuransian Syari'ah Di Indonesia,kencana (Jakarta: Prenada Media Group), 140

²⁵ Warkum sumitro,SH,MH. 1996 *Asas-Asas Perasuransian syariahan Islami dan Lembaga – Lembaga Terkait(BMUI&TAKAFUL)*,(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,), 171

1. Takaful bencana
2. Takaful pembiayaan
3. Takaful pendidikan
4. Takaful dana haji
5. Takaful berjangka
6. Takaful kesehatan

Sedangkan takaful umum adalah bentuk .takaful yang memberikan perlindungan financial kepada peserta takafuldalam menghadapi bencana atau kecelakaan harta benda milik peserta takaful.²⁶

Bentuk-bentuk takaful umum yang di tawarkan adalah :

1. Takaful kebakaran
2. Takful kendaraan bermotor
3. Takaful pengakuan
4. Takaful rekayasa
5. Takaful aneka

Berikut ini jumlah asuransi islam di Indonesia yang telah mendapat izin operasional dari Departemen Keuangan, dalam hal ini Direktorat Asuransi, baik yang berbentuk .satu perusahaan penuh maupun hanya yang berupa cabang Syari'ah. Berikut ini perkembangan cabang-cabang asuransi Syariah di Indonesia.

Perkembangan cabang – cabang asuransi islam²⁷

No	Nama Perusahaan	Jumlah cabang						Ket
		Tahun berdiri	1999	2000	2001	2002	2003	
1	PT ATK	1994	15	20	25	30	32	Perusahaan
2	PT ATU	1996	6	8	10	11	19	Perusahaan
3	PT Mubarakah Syari'ah	1997	40	50	55	60	777	Konversi/Perusahaan
4	Principle Syari'ah	1999	1	1	-	-	-	Cabang syari'ah
5	MAA Heneral Syari'ah	2000	-	1	1	1	1	Cabang syari'ah
6	MAA Life	2000	-	4	4	4	4	Cabang

²⁶ Warkum sumitro,SH,MH. 1996, *Asas-Asas Perasuransi syariah Islam dan Lembaga – Lembaga Terkait(BMUI&TAKAFUL)*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada), 172

²⁷ Wirdyaningsih, SH. 2005 , MH, *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 271

	Syari'ah							syari'ah
7	Great Estern	2001	-	-	1	1	1	Cabang syari'ah
8	Bumiputra Syari'ah	2002	-	-	-	10	10	Cabang syari'ah
9	Tripakarta syari'ah	2002	-	-	-	6	6	Cabang syari'ah
10	BSAM syari'ah	2003	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
11	Bringin jiwa sejahtera	2003	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
12	Jasindo syari'ah	2003	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
13	Asuransi binagriya	2003	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
14	Staco syari'ah	2003	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
15	Central asia syari'ah	2004	-	-	-	-	4	Cabang syari'ah
16	Adira insurance	2004	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
17	Bumida syari'ah	2004	-	-	-	-	1	Cabang syari'ah
	jumlah	1994-2004	62	84	96	123	191	

Seiring dengan perkembangan tersebut, perusahaan Asuransi Syari'ah kemudian membentuk suatu wadah perkumpulan atau asosiasi, yaitu Asosiasi Asuransi Islam Indonesia (AASI). AASI di bentuk selain sebagai media komunikasi sesama anggota, juga secara eksternal sebagai wadah resmi untuk mewakili Asuransi Syari'ah, baik kepada pemerintah, legislative maupun keluar negeri. Terutama dalam rangka membangun kerja sama dengan lembaga-lembaga serupa di luar negeri yang menggunakan prinsip Syari'ah.²⁸

AASI sebagai wadah tunggal Asuransi Islam (Asuransi Syariah), telah menyiapkan sertifikat ahli Asuransi Syariah sebagaimana telah di atur dalam Keputusan Menteri Keuangan (KMK) yang baru, bekerja sama dengan BPPK Depkeu. LPKG Yayasan Arta Bakti Depkeu, menyiapkan

²⁸ Wirdyaningsih, SH. , MH. 2005, *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group), 226

*Education program, yaitu Certified Islamic Insurance Specialist (CIIS).*²⁹

Sejak April 2004, AASI memberikan sertifikat ahli Asuransi Islam (Asuransi Syariah) kepada tujuh orang dengan gelar Professional FIIS (*Fellow Islamic Insurance Society*), dan sekitar dua puluh tujuh ahli Asuransi Islam (Asuransi Syariah) dengan gelar Profesional AIIS (*Ajunt Islamic insurance Society*).³⁰

E. PENUTUP

Asuransi yang di kenal dengan Takaful merupakan penggantian atau ganti rugi tersebut berasal dari pembayaran premi mereka yang di bayarkan setiap bulan atau setiap musim dengan berkesinambungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Takaful dalam pengertian muamalah adalah saling memikul resiko di antara sesama orang, sehingga antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang lainnya.

Dari itu setiap manusia sebagaimahluk sosial diwajibkan untuk saling tolong menolong diantara satu sama lain. Dengan itu setiap manusia sudah melaksanakan kewajibannya sebagai manusia sebagai mahluk sosial.

Kehidupan manusia itu ibarat bangunan yang kokoh, apabila salah satu komponen bangunan itu ada yang rusak maka tidak lagi di katakana sebagai rumah yang kokoh. Dari itu semua kewajiban sesama manusia adalah saling tolong menolong, memperhatikan dan peduli kepada setiap masyarakat yang ada di lingkungannya.

Dengan itulah lahirlah Asuransi Syariah yang menggunakan dan berujukan kepada hukum Islam, agar masyarakat tidak lagi terlena dengan asuransi konvensional yang prinsipnya tidak jelas dan mengandung perjudian dan riba. Dari situ pula sampai saat ini banyak Asuransi Syariah yang berkembang di Indonesia baik sebagai perusahaan maupun sebagai cabang syariah.

²⁹ Ibid, 226

³⁰ Ibid, 227

BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN

Dewi, Gemala, S.H.,LL.M, 2006, *Aspek – Aspek Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Perasuransian Syari’ah Di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media Group Kancana.

Djazuli, H.A., Prof, Yadi Janwari, M.Ag., Drs, 2002, *Lembaga - Lembaga Perekonmian Umat,(Sebuah Pengenalan)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Hasan, Ali, M,1997, *Masail Fiqih (Zakat, Pajak Asuransi dan Lembaga Keuangan)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Muhammad, 2007, *Lembaga Ekonomi Syari’ah*,Yogyakarta: Graha Ilmu.

Karnaen A. Perwataatmadja, 1996, *Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia*, Jakarts: Dana Bakti Wakaf.

Syakir, Muhammad sula,. Ir, 2004, *Asuransi Syariah (Life & General) Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani.

Suparman, M dan Endang, 1993, *Hukum Asuransi*, Bandung: alumni.

Sumitro, Warkum, SH, MH., 1996, *Asas – Asas Perasuransi syariah Islam Dan Lembaga – Lembaga Terkait*. Jakarta: BMUI & Takaful.

Triandaru, Sigit, dan Totok Budisantoso, 2006, *Asuransi syariah Dan Lembaga Keuangan Lain*,Jakarta: Selemba Empat.

Wirnyaningsih, SH., M, 2005, *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, Jakarta: Prenada Media Kancana.

BAB III

PERBEDAAN ASURANSI SYARIAH DAN KONVENSIONAL

A. Pendahuluan.

Kata Asuransi berasal dari bahasa Belanda, *assurantie*, yang dalam hukum Belanda disebut *Verzekering* yang artinya pertanggungan. Dari peristilahan *assurantie* kemudian timbul istilah *assuradeur* bagi penanggung, dan *geassureerde* bagi tertanggung. Definisi asuransi sebetulnya bias diberikan dari berbagai sudut pandang yaitu dari susut pandang ekonomi, hukum, bisnis, sosial, ataupun berlandaskan pengertian matematika. Itu berarti bisa lima referensi dari asuransi. Tidak ada satu definisi yang bisa memenuhi masing-masing sudut pandang tersebut. Asuransi merupakan bisnis yang unik, yang di dalamnya terdapat kelima aspek tersebut, yaitu aspek ekonomi, hukum, sosial, bisnis, dan aspek matematika.³¹

Secara baku, definisi asuransi di Indonesia telah ditetapkan dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian, “Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung kepada kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan. Atau, tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan”. Sedangkan, ruang lingkup Usaha Asuransi, yaitu usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, memberi perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya

³¹ Muhammad Syakir Sula. 2004, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: Gema Insani press), 293

kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.

Oleh karena itu, dalam bab ini akan dikupas habis mengenai perbedaan Asuransi syariah dan asuransi konvensional.

B. Asuransi Syariah

Konsep Asuransi Syariah adalah suatu konsep dimana terjadi saling memikul resiko diantara sesama peserta sehingga, antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang muncul. Saling pikul resiko ini dilakukan atas dasar saling menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana *tabarru'* atau dana kebijakan (derma) yang ditujukan untuk menanggung resiko³². Asuransi Syariah dalam pengertian ini sesuai dengan Al-qur'an surah Al- Maidah ayat 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ أ

Artinya: “ Tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebijakan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran”.

Asuransi Syariah yang berdasarkan konsep tolong-menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan, mwnjadikan semua peserta dalam suatu keluarga besar untuk saling melindungi dan menanggung resiko keuangan yang terjadi diantara mereka.

Sistem Asuransi Syariah adalah sikap *ta'awun* yang telah diatur dengan sistem yang sangat rapi, antara peserta Asuransi Syariah, semuanya telah siap mengantisipasi suatu peristiwa. Jika sebagian mereka mengalami peristiwa tersebut, maka semuanya saling menolong dalam menghadapi peristiwa itu dengan sedikit pemberian derma yang diberikan oleh setiap individu. Dengan pemberian tersebut mereka dapat menutupi kerugian-kerugian yang dialami oleh orang yang tertimpa peristiwa tersebut. Dengan demikian Asuransi Syariah adalah *ta'awun* yang sangat

³² Muhammad Syakir Sula. 2003, Konsep dan Eksistensi Bisnis Asuransi Syariah di Indonesia, (Jurnall AAMAI, Tahun VII no.12), .8.

terpuji, yaitu saling menolong dalam berbuat kebajikan dan taqwa.

C. Asuransi Konvensional

Konsep asuransi konvensional sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang Tentang Usaha Perasuransian³³ berbunyi, : *“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.”*

Usaha asuransi adalah usaha jasa keuangan yang menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi, untuk memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perjanjian asuransi menyangkut sesuatu hal yang tidak pasti terjadi. Dan bila nyata terjadi tidak serta merta menimbulkan kewajiban bagi penanggung untuk memberikan ganti rugi bila syarat-syarat yang diperjanjikan tidak dipenuhi oleh tertanggung. Hubungan debitur dan kreditur dalam perjanjian asuransi baru terwujud ketika telah terjadi kesepakatan tentang besarnya ganti rugi (untuk asuransi kerugian) dengan demikian, pengakuan bahwa sebab-sebab yang menimbulkan kerugian tersebut dijamin oleh kondisi polis.³⁴ Sedangkan perbedaan Asuransi Syariah dan Konvensional sebagai berikut:

³³ Muhammad syakir sula. 2004, *konsep dan sistem operasional asuransi syariah*, (Jakarta: AAJ, FIIS), 78

³⁴ Irvan raharjo. 200 , *Bisnis asuransi menyongsong era global*, (jakarta : Yasdaya), 3.

1. Asal-usul.

a. Asuransi Syariah

Ad-diyah 'ala *al-aqilah*³⁵, merupakan istilah yang cukup masyhur dalam kitab-kitab fiqih, yang di anggap oleh sebagian ulama' sebagai cikal bakal konsep Asuransi Syariah. *Al-qilah* bahkan tertuang dalam kontitusi pertama di dunia, yang di buat langsung oleh rosulullah yang dikenal dengan konstitusi madinah (622 M). *Al-aqilah* sudah menjadi kebiasaan suku arab sejak zaman dulu. Yaitu jika salah satu anggota suku terbunuh oleh anggota suku lain, pewaris korban akan dibayar uang darah (*ad-diyah*) sebagai kompensasi oleh saudara terdekat dari pembunuh. Saudara terdekat dari pembunuh tersebut disebut *aqilah*

b. Asuransi Konvensional

Jika kita telusuri dalam buku-buku klasik asuransi, maka akan ketemu keterangan bahwa asal muasal dari asuransi konvensional adalah dari kebiasaan masyarakat babilonia 4000-3000 SM yang dikenal dengan *perjanjian Hammurabi*, dikumpulkan oleh raja babilonia dalam 282 ketentuan (*code of hammurabi*) pada tahun 2250SM. Kemudian berkembang menjadi praktek *perjanjian bottomry* sekitar 1600-1000 SM³⁶ yang di praktekkan di masyarakat yunani .

Pratik perjanjian ini selanjutnya berkemabang ke *roma, India, Italia, eropa, dan amerika*, sejalan dengan perkembangan perdagangan dan indurtri di inggis pada tahun 1668 M di *coffe house* London berdirilah *Lloyd of London* yang menjadi cikal bikal asuransi konvensional yang bersebar ke berbagai penjuru dunia yang kita kenal sampai saat ini.

³⁵ Murtadha mutahhari. 1995, *Asuransi dan riba*, (Jakarta: Pustaka hidayah), 312.

³⁶ Wirdya ningsih. 2005, *asuransi syariah dan asuransi islam*, (Jakarta: Prenada Media), 233

2. Sumber Hukum

a. Asuransi Syariah

Sumber hukum asuransi syariah adalah Syariat Islam, sedang sumber hukum dalam syariah Islam. Al-Qu'an, Sunnah, Ijma', Fatwa Sahabat, Qiyas, Istihsan, 'Urf "tradisi", Maslahah Mursalah. Al-qur'an dan sunnah atau kebiasaan Rasulullah merupakan sumber utama dari hukum islam. Oleh karena itu, dalam menetapkan prinsip-prinsip maupun praktek dan operasional dari Asuransi Syariah, parameter yang senantiasa menjadi rujukan adalah Syariah Islam.

b. Asuransi Konvensional

Jika pada Asuransi Syariah sumber hukum didasarkan pada firman Allah dan sunnah Rasul, maka pada asuransi konvensional sumber hukum didasarkan pada fikiran manusia dan kebudayaan. Modus operandi pada asuransi syariah harus sejalan dengan prinsip Syariah, sedangkan modus operandi dalam asuransi konvensional didasarkan atas hukum positif, hukum alami dan contoh sebelumnya.

3. Bersih dari "MAGHRIB" (Maisir, Gharar, dan Riba)

a. Asuransi Syariah

Asuransi Syariah baik yang jiwa maupun kerugian telah terbebas dari hal-hal yang diharamkan oleh para ulama' yaitu bersih dari adanya MAGHRIB. Hal ini dapat dilihat dalam sistem operasional yang dilakukan dimana dalam mekanisme pengelolaan dananya dapat memisahkan antara rekening dana peserta dengan rekening *tabarru'*. Tujuan dari pemisahan ini untuk menghindarkan adanya pencampuran dana sehingga asuransi syariah dapat terhidar dari maisir dan gharar. Adapun masalah riba baik dari praktik kerugian maupun jiwa dapat *dieliminir* dengan menggunakan instrument Syariah

sebagai pengganti sistem riba, misalnya *mudharabah*, *wadi'ah*, dan *wakalah*.³⁷

b. Asuransi Konvensional

Para Ulama' majelis Tarjih Muhammadiyah membagi asuransi ke dalam dua kategori *pertama*, asuransi yang lebih kuat, dimensi spekulatifnya dan dianalogikan pada perjudian hukumnya haram. Oleh sebab itu, asuransi kecelakaan menurut Muhammadiyah hukumnya haram. *Kedua*, asuransi yang lebih kuat pada dimensi tolong menolongnya hukumnya *ibahah*. Karena itu, asuransi dana pensiun pegawai negeri atau asuransi beasiswa hukumnya *ibahah*. Munas NU tanggal 21-25 Januari 1992 juga memutuskan sebagai berikut:

- 1) Asuransi sosial yang diselenggarakan oleh pemerintah masih dibolehkan karena pertimbangan *masalah* (kepentingan masyarakat).
- 2) Asuransi kerugian dengan syarat-syarat sangat terpaksa, misal agunan asuransi syariah. Masuk ketentuan pemerintah untuk asuransi eksport-import.
- 3) Asuransi jiwa hukumnya haram kecuali memenuhi ketentuan-ketentuan tertentu misalnya ada unsur *saving*.

4. Dewan Pengawas Syariah

a. Asuransi Syariah

Dalam asuransi syariah terdapat yang namanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Dewan Syariah Nasional (DSN- MUI).

Peran utama para ulama' dalam DPS adalah mengawasi jalannya operasional sehari-hari Lembaga Keuangan Syariah (seperti Asuransi syariah, Asuransi, Obligasi, Pasar Modal, Leasing) agar selalu sesuai dengan ketentuan syariah. Hal ini karena transaksi

³⁷ Muhammad Syakir Sula. 2002, *prinsip-prinsip dan system operasional takafful serta perbedaannya dengan asuransi konvensional*, (Jakarta: AAMAI), 21-27.

yang berlaku dalam LKS sangat khusus jika dibandingkan dengan lembaga yang sama (konvensional). Karena itu, diperlukan garis panduan yang mengaturnya, panduan ini disusun dan ditentukan oleh Dewan Syariah Nasional.

b. Asuransi Konvensional

Pada Asuransi Konvensional tidak ada DPS karena itu tidak ada pengawasan dalam hal-hal yang terkait dengan pelanggaran Syariah Islamiyah terutama yang terkait dengan prinsip Muamalah serta akad-akad asuransi dan transaksi Syariah, namun demikian bukan berarti asuransi konvensional dilakukan secara sembrono dan tanpa aturan, karena industri asuransi telah dikait oleh prinsip asuransi yang telah disepakati secara internasional, dan berjalan beratus-ratus tahun. Di setiap Negara diatur dalam UU dan peraturan-peraturan untuk menjaga hak-hak tertanggung dan penanggung, serta cara penyelesaian ketika terjadi sengketa.

5. Akad (Perjanjian)

a. Asuransi Syariah

Akad yang digunakan dalam asuransi syariah adalah akad *tijarah* (bisnis) dan akad *tabarru'* (menolong orang lain). Akad *tijarah* yang dimaksud adalah semua bentuk akad yang dilakukan untuk tujuan komersial misalnya *mudharabah*, *wasi'ah*, *wakalah* dan *sebagainya*. Sedangkan *tabarru'* adalah semua bentuk yang dilakukan dengan tujuan kebaikan dan tolong menolong bukan semata untuk tujuan komersial.

b. Asuransi Konvensional

Akad pada Asuransi konvensional adalah akad Mu'awadah yaitu suatu perjanjian dimana pihak yang memberikan sesuatu pada pihak lain, berhak menerima penggantian dari pihak yang diberinya. Berbeda dengan akad *tabarru'* dimana pemberi dengan ikhlas memberi sesuatu tanpa ada keinginan untuk menerima apapun dari pihak yang menerima

kecuali kebaikan dari Allah. Disebut dengan akad *mu'awadah* karena masing-masing dari kedua belah pihak yang berakad penanggung dan tertanggung memperoleh pengganti dari apa yang telah di berikannya. Penanggung memperoleh premi-premi asuransi sebagai pengganti dari uang pertanggungan yang telah di janjikan pembayarannya. Sedangkan ,tertanggung memperoleh tanggungan ,jika terjadi peristiwa atau bencana, sebagai pengganti dari premi-premi yang telah di bayarkannya cirri lain dari akad konvensional adalah akad *idz'an* (penundukan), *gharar*, dan akad *mulzim*.

6. Sharng Of Risk Vs Transfer Of Risk

a. Asuransi syariah

Proses hubungan peserta dan perusahaan dalam mikanisme pertanggungan pada Asuransi Syariah adalah *sharing of risk* (saling menanggung resiko) dengan demikian, tidak terjadi transfer resiko dari peserta keperusahaan karena dalam prakteknya kontribusi (premi) yang dibayarkan oleh peserta tidak terjadi yang disebut *transfer of fund*, status kepemilikan dana tetap melekat pada peserta sebagai *shahibul maal*.

b. Asuransi Konvensional

Jika pada asuransi syariah hubungan antara peserta yang terajdi adalah *sharing of risk*, maka pada asuransi konvensional justru sebaliknya adalah transfer of risk mengindahkan resiko. Karena itulah sebetulnya hakekat dan tujuan utama yang berasuransi. Abbas Salim mengatakan bahwa tujuan asuransi (konvensional) adalah untuk memindahkan resiko individu kepada perusahaan asuransi. Karena itu, tujuan pertanggungan pertama untuk mengurangi resiko-resiko yang kita temui dalam masyarakat ³⁸.

³⁸ Abbas Salim. 2000, *Asuransi dan manajemen resiko*, (Jakarta: Grafindo persada), 153.

Dalam pandangan ekonomi asuransi merupakan suatu metode untuk mengurangi resiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan. Jadi berdasarkan konsep ekonomi asuransi berkenaan dengan pemindahan dan mengkombinasikan resiko³⁹.

7. Pengelolaan Dana

a. Asuransi Syariah

Mekanisme pengelolaan dana pada Asuransi Syariah sangat berbeda dengan asuransi konvensional. Pada Asuransi Syariah *life Insurance*, untuk produk-produk yang mengandung unsur saving. Dana yang dibayarkan peserta langsung dibagi dalam dua rekening, yaitu rekening peserta dan rekening *tabarru'* kemudian total dana diinvestasikan dan hasil investasi di bagi secara proposional antara peserta dengan perusahaan (pengelola) berdasarkan skim bagi hasil yang telah di tetapkan sebelumnya.

Akumulasi dana di tambah hasil investasi yang ada di rekening dana peserta dibayarkan bila (1) perjanjian berakhir, (2) peserta mengundurkan diri, (3) peserta meninggal dunia. Sedangkan, akumulasi dana di rekening *tabarru'* yang telah diniatkan secara ikhlas sebagai dana tolong- menolong jika ada sesama peserta mengalami musibah, hanya dibayarkan jika peserta mengalami musibah meninggal.

Sedangkan, pada asuransi kerugian dan atau produk asuransi jiwa yang tidak mengandung unsur saving, terjadi akad *mudharabah* antara peserta dan perusahaan asuransi (pengelola). Kemudian total kontribusi dana yang dibayarkan peserta diinvestasikan, dan hasil investasi (surplus operasi) setelah dikurangi beban asuransi terjadi bagi hasil antara peserta dengan pengelola sesuai dengan skim bagi hasil yang telah ditetapkan di depan.

Dampak yang paling penting dari kedua mekanisme pengelolaan dana diatas adalah Asuransi

³⁹ Herman Darmawan. 2000, *Manajemen Asuransi*, (Jakarta: Bumi Aksara), 2

Syariah dalam operasionalnya dapat menghilangkan factor gharar, maisir, dan riba yang diharamkan pada asuransi konvensional. Disinilah sebenarnya poin penting jika dilihat dari sudut pandang hukum islam, perbedaan antara asuransi syariah dibandingkan asuransi konvensional yang kita kenal selama ini.

b. Asuransi Konvensional

Sementara ini, mekanisme pengelolaan dana pada Asuransi Konvensional tidak ada pemisahan antara dana peserta dan dana *tabarru'*. Semua bercampur menjadi satu dan status dana tersebut adalah dana perusahaan. Perusahaan bebas mengelola dan menginvestasikan ke mana saja tanpa ada pembatasan halal ataupun haram.

Sebagai akibat dari sistem pengelolaan seperti ini, maka secara Syar'i Asuransi Konvensional tidak dapat melepaskan diri dari adanya praktik yang diharamkan Allah yaitu *gharar, maisir, dan riba*. Peserta pun tidak dapat dengan leluasa mengambil kembali asuransi jiwa yang mengandung saving, kecuali dalam status meminjam (pinjaman polis).

8. Investasi Dana

a. Asuransi Syariah

Salah satu ciri lain yang sangat prinsip dari sudut pandang Syariat Islam dalam Asuransi Syariah adalah investasi dana-dana yang terkumpul dari peserta hanya dibenarkan melalui instrument yang menggunakan akad yang sesuai dengan Syariat Islam. Islam mengajarkan agar berusaha hanya mengambil yang hala dan baik (*thayyib*).

Oleh karena itu, asuransi syariah dalam menginvestasikan dananya hanya kepada asuransi syariah-asuransi syariah Syariah, BPRS, Obligasi Syariah, Pasar Modal Syariah, Leasing Syariah, Penggadaian Syariah, serta instrumen bisnis lainnya dengan tetap menggunakan akad-akad yang dibenarkan oleh Syariat Islam.

Dalam keputusan Menteri keuangan (KMK) yang baru telah diatur pembatasan atas kekayaan

investasi untuk perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi yang menggunakan prinsip-prinsip syariah sebagai berikut:

- 1) Investasi dalam bentuk deposito berjangka dan sertifikat deposito pada asuransi syariah, tidak melebihi 20% dari jumlah investasi.
- 2) Investasi dalam bentuk saham yang emitennya adalah badan hukum Indonesia. Untuk setiap emiten masing-masing tidak melebihi 20% dari jumlah investasi.
- 3) Investasi dari bentuk obligasi dan medium term notes yang penerbitnya adalah badan hukum Indonesia. Untuk masing-masing emiten tidak melebihi 20% dari jumlah investasi.
- 4) Investasi dalam bentuk unit penyertaan reksadana. Untuk setiap penerbit tidak melebihi 20% dari jumlah investasi.
- 5) Investasi dalam bentuk penyertaan langsung, seluruh tidak melebihi 10% dari jumlah investasi.
- 6) Investasi yang ditempatkan dalam bentuk bangunan dengan hak strata atau tanah dengan bangunan, seluruhnya tidak melebihi 20% dari jumlah investasi.
- 7) Investasi dalam bentuk pinjaman polis besarnya tidak melebihi 80% dari nilai tunai polis yang bersangkutan
- 8) Investasi dalam bentuk pembiayaan dan kepemilikan tanah dan bangunan, kendaraan bermotor, dan barang modal dengan skema mudharabah seluruhnya tidak melebihi 30% dari jumlah investasi.
- 9) Investasi dalam bentuk pembiayaan modal kerja dengan skema mudharabah seluruhnya tidak melebihi 30% dari jumlah investasi dengan ketentuan besarnya setiap pinjaman tidak melebihi 75% dari nilai jaminan terkecil diantara nilai yang ditetapkan oleh lembaga penilai yang terdaftar pada instansi yang berwenang dan nilai jual pajak.

b. Asuransi Konvensional

Menurut peraturan pemerintah investasi wajib dilakukan pada jenis investasi yang aman dan menguntungkan serta memiliki likuiditas yang sesuai dengan kewajiban yang harus dipenuhi, dalam hal investasi selain mengacu kepada peraturan pemerintah diatas perusahaan juga harus memperhatikan ketentuan investasi yang tertuang dalam keputusan menteri keuangan republic Indonesia no. 424/KMK.6/2003 Tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi pasal 10: Kekayaan yang diperkenankan harus dimiliki dan dikuasai oleh perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi dalam bentuk: investasi dan bukan investasi.

9. Kepemilikan Dana

a. Asuransi Syariah

Dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi merupakan milik peserta (*shohibul maal*). Asuransi Syariah hanya sebagai pemegang amanah (*mudharib*) dalam mengelola. Dana tersebut kecuali dana *tabarru'*, dapat diambil kapan saja dan selama belum dikembalikan tidak terkena bunga atau biaya apapun. Disinilah salah satu kekuatan dan keunggulan konsep Asuransi Syariah dimana pada *life insurance* apabila seorang peserta karena kebutuhan yang sangat mendesak, boleh mengambil sebagian dari akumulasi dananya yang ada (pada asuransi konvensional) disebut pinjaman polis.

Ketika peserta ingin meminjam sebagian dari dana tersebut, maka pihak Asuransi Syariah (misalnya pada asuransi takafful keluarga) mengatakan silahkan, dan statusnya bukan pinjam, tetapi mengambil sementara uang peserta sendiri karena seperti disebutkan diatas bahwa status uang iuran (premi) pada Asuransi Syariah tidak berpindah dari peserta ke perusahaan asuransi tetapi tetap peserta sebagai pemilik dana tersebut. Peserta yang

mengambil tunai tadi tidak dikenakan biaya apapun dan sama sekali tidak dikenakan bunga selama dana tersebut belum dikembalikan.

b. Asuransi konvensional

Hal yang sebaliknya terjadi pada Asuransi Konvensional, dimana dana yang terkumpul dari premi peserta seluruhnya menjadi milik perusahaan. Perusahaan bebas menggunakan dan menginvestasikan kemana saja. Dana tersebut dapat dipinjam peserta hanya setelah ada nilai tunai, dan selama masa pinjaman terkena bunga sesuai bunga yang berlaku di market. Padahal dana peserta sendiri oleh perusahaan dihitung berdasarkan bunga teknik hanya maksimal 9% disini terjadi ketidakadilan.

Perhitungan bunga teknik atau cadangan premi diatas berdasarkan ketentuan pemerintah yaitu keputusan menteri keuangan republik Indonesia no.:424/KMK.06/2003 Tentang Kesehatan Keuangan Perusahaan Asuransi Dan Perusahaan Reasuransi pasal 30 ayat 2. “ Dalam rangka perhitungan cadangan premi sebagai mana dimaksud pada ayat 1, tingkat bunga yang diterapkan tidak melebihi 9% untuk pertanggungan dalam mata uang rupiah, dan tidak melebihi 5%, untuk pertanggungan dalam mata uang asing.”

10. Unsur Premi

a. Asuransi Syariah

Unsur premi pada Asuransi Syariah terdiri dari unsur *tabarru'* dan tabungan untuk asuransi jiwa dan unsur *tabarru'* saja untuk asuransi kerugian dan *term insurance pada life*, unsur *tabarru'* pada jiwa perhitungannya diambil dari table mortalitas (harapan hidup) yang besarnya tergantung usia dan masa perjanjian maka semakin besar pula nilai *tabarru'*nya besarnya premi asuransi jiwa yang pada Asuransi Syariah disebut *tabarru'* berada pada kisaran 0,75-12% sedangkan besarnya *tabarru'* pada asuransi kerugian merujuk pada rate standart yang dibuat oleh dewan asuransi Indonesia.

Premi atau kontribusi pada Asuransi Syariah disebut juga net premium karena hanya terdiri dari mortalitas atau harapan hidup, dan didalamnya tidak terdapat unsur loading (komisi agen, biaya administrasi dll.) juga tidak mengandung unsur bunga sebagaimana pada asuransi konvensional.⁴⁰

Salah satu keunggulan Asuransi Syariah karena tidak mengandung unsur bunga yaitu bunga teknik atau bunga aktuarial, yang telah ditentukan di awal pembuatan produk misalnya 9%. Sehingga tidak akan terjadi salah kalkulasi karena bunga SBI, bunga deposito, bunga kredit turun, yang bisa mengakibatkan perusahaan asuransi merugi karena selisih antara bunga teknik dan bunga market sangat tipis, juga tidak cukup untuk menutupi biaya operasional. Hal ini terjadi pada asuransi konvensional sekarang dimana bunga SBI turun sampai dibawah 6% sebagai akibat turunya bunga deposito dan bunga kredit. Sekarang ini telah terjadi negative spread sebagaimana yang pernah dialami asuransi syariah-asuransi syariah konvensional pada masa krisis yang lalu.

b. Asuransi Konvensional

Pada asuransi konvensional unsur premi terdiri dari: 1) mortalitas 2) bunga 3) biaya-biaya asuransi⁴¹

1. Tabel mortalitas

Daftar tabel kematian berguna untuk mengetahui besarnya klaim kemungkinan timbulnya kerugian yang dikarenakan kematian serta meramalkan beberapa lama batas waktu umur rata-rata seorang bisa hidup

2. Peneriman bunga (*interest*)

Untuk penetapan tarif perhitungan bungapun harus dikalkulasi didalamnya.

⁴⁰ Moh syakir sula. 30 juli 2003 ,*perkembangan bisnis asuransi syariah di Indonesia*, makalah (Jakarta: seminar nasional ekonomi syariah,ICMI)

⁴¹ Abbas salim, op.cit , *pembahasan tentang asuransi dan manajemen resiko*, 41-42

3. Biaya-biaya asuransi

Biaya-biaya asuransi harus ikut dikalkulasi pada penentuan premi atau tariff asuransi.

11. **Loading (Kontribusi Biaya)**

a. **Asuransi Syariah**

Pada Asuransi jiwa Syariah, konsep yang benar adalah tidak ada perbebanan biaya yang dipotong dari iuran dana peserta (premi) karena menurut sebagian praktisi Asuransi Syariah pembebanan biaya pada premi sebagaimana asuransi konvensional, tidak adil karena sebagian besar peserta tidak mengetahui pembebanan tersebut yang kadang-kadang harus menggukan premi pada tahun kedua. Biasanya peserta baru mengetahui ketika mengundurkan diri di tahun pertama atau kedua, dan ternyata dananya hangus dan belum punya nilai tunai. Kalaupun ada sangat kecil dibandingkan premi yang sudah ia bayarkan selama satu tahun.

b. **Asuransi konvensional**

Pada asuransi jiwa konvensional, loading atau kontribusi biaya include (tercakup) dalam premi peserta, dan biasanya premi tahun pertama dan kedua habis terserap untuk biaya loading terutama untuk komisi agen. Karena itu agen dan broker cukup termakmurkan dalam konsep asuransi konvensional. Akan tetapi pada sisi lain peserta terasa di perlakukan secara tidak adil, terutama ketika mengundurkan diri di tahun pertama atau kedua dimana dana peserta masih hangus karena belum memiliki nilai tunai.

12. **Sumber Pembayaran Klaim**

a. **Asuransi syariah**

Pada Asuransi Syariah sumber pembayaran klaim diperoleh dari rekening *tabarru'*. Yaitu rekening tolong menolong dari peserta yang dari awal sudah di akatkan dengan ikhlas oleh peserta untuk keperluan saudara-saudaranya apabila ada yang di takdirkan Allah SWT meninggal dunia atau mendapat musibah kerugian materi, kecelakaan, dan sebagainya.

b. Asuransi konvensional

Pada asuransi konvensional sumber pembayaran klaim dari rekening perusahaan, murni bisnis, dan tentu tidak ada nuansa spriktual yang melandasinya. Klaim yang di bayarkan perusahaan adalah bagian dari kewajiban timbal balik yang diatur dalam akad atau perjanjian asuransi, yaitu peserata berkewajiban membayar sejumlah premi sebagai tertanggung dan perusahaan berkewajiban untuk membayar klaim sebagai penanggung apabila peserta mengalami musibal atau telah jatuh tempo.

13. Sistem Akuntansi

a. Asuransi Syariah

Perbedaan yang paling mendasar antara Asuransi Syariah dan konvensional dalam bidang akuntansi adalah pada penggunaan *cash basis* atau *accrual basis*. Pada akuntansi *asuransi syariah* lebih cenderung menggunakan *cash basis* daripada *accrual basis* dengan pertimbangan-pertimbangan Syar'i. Sistem *accrual basis* dianggap bertentangan dengan Syariah karena telah mengakui adanya pendapatan harta, beban, atau utang yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Padahal yang akan terjadi tersebut, belum benar-benar terjadi bisa terjadi bisa tidak. Apa yang akan terjadi dimasa yang akan datang? Hanya Allah SWT yang mengetahui dan itu menjadi hak prerogative Allah SWT.

Mohammed Arif bin Abdul Rasyid ⁴² CEO PT. Syarikat Takaful Indonesia mengatakan bahwa berdasarkan praktek akunting Takaful, semua kontribusi Takaful juga keuntungan atas investasi dan pendapatan lain dianggap sebagai pendapatan hanya setelah kas actual sudah diterima perusahaan. Hal ini ditandai oleh penerbitan tanda terima yang tepat. Praktik ini penting bagi implementasi prinsip *mudharabah* dalam melakukan bagi hasil antara

⁴² Muhammed arif bin abdul rasyid. 1996, *accounting concept in takaful business*, , (Kuala Lumpur: BIRT), 128-129

peserta dan perusahaan sebagaimana yang diadakan di depan. Pembagian keuntungan (jika ada) untuk kedua belah pihak dibuat setiap bulan setelah rekening di tutup dan bagi hasil disini dilakukan atas dasar tanda terima actual.

b. Asuransi konvensional

Pada asuransi konvensional menganut konsep akuntansi *accrual basis* yaitu proses akuntansi yang mengakui terjadinya peristiwa atau keadaan non kas. Dan mengakui pendapatan, peningkatan asset, expenses, liabilities dalam jumlah tertentu yang baru akan diterima dalam waktu yang akan datang.

14. Keuntungan (Profit)

a. Asuransi Syariah

Pada Asuransi Syariah keuntungan yang diperoleh adalah dari surplus *underwriting*, komisi reasuransi, dan hasil investasi, bukan seluruh menjadi milik perusahaan, tetapi dilakukan bagi hasil dengan peserta.

b. Asuransi Konvensional

Keuntungan yang diperoleh dari surplus *underwriting*, komisi resuransi, dan hasil investasi seluruhnya adalah keuntungan perusahaan.

15. Visi Dan Misi

a. Asuransi syariah

Misi yang diemban dalam Asuransi Syariah adalah misi akidah, misi ibadah, misi ekonomi dan misi pemberdayaan umat.

b. Asuransi Konvensional

Secara garis besar misi utama dari asuransi konvensional adalah misi ekonomi dan misi sosial.

D. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwasanya perbedaan asuransi konvensional dan asuransi syariah terdiri dari (konsep, sumber hukum, asal-usul, maghrib, DPS (Dewan Pengawas Syariah) akad, jaminan, pengelola dana, investasi, kepemilikan dana, unsure premi,

loading, sumber pembayaran klaim, sitem akuntansi, keuntungan, misi dan visi yang mana dari konsep Asuransi Syariah adalah suatu konsep dimana terjadi saling memikul resiko diantara sesama peserta sehingga, antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas resiko yang muncul. Saling pikul resiko ini dilakukan atas dasar saling menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana tabarru' atau dana kebijakan (derma) yang ditujukan untuk menanggung resiko.

Sedangkan Asuransi Konvensional adalah suatu konsep untuk mengurangi resiko atau institusi (tertanggung) kepada perusahaan asuransi (penanggung) melalui suatu perjanjian .tertanggung membayar sejumlah uang sebagai tanda perikatan, dan penanggung berjanji membayar ganti rugi sekiranya terjadi suatu peristiwa sebagaimana yang di perjanjikan dalam kontrak asuransi (polis). Kalau dari asal usul merupakan kebiasaan suku arab jauh sebelum islam kemudian disahkan oleh rosullah menjadi hukum Islam, bahkan telah tertuang dalam kontitusi pertama di dunia yang dibuat Rasulullah SAW. Sedangkan dari konvensional sendiri masyarat babilonia 4000- 3000 SM yang dikenal dengan perjanjian hammurabi. Dan tahun 1668 M di coffe house London berdirilah *lioyd of London* sebagai cikal bakal Asuransi Konvensional.smbcr hukum Asuransi Syariah mengambil dari al-Quran, al-Sunnah, Ijma', fatwa Sahabat, Qiyas, Istihsan, Urf, Maslahah dan Mursalah.

Sedangkan Asuransi Konvensional bersumber dari pikiran manusia dan kebudayaan. Kelebihan Asuransi Syariah adalah bersih dari adanya praktek *gharar*, *maisir* dan *riba*. Sedangkan konvensional ada unsur praktek *gharar*, *maisir*, dan *riba* hal yang di haramkan dalam muamalah. Akad yang di gunakan dalam Asuransi Syariah adalah *tabarru'* dan akad *tijarah* sedangkan konvensional akadnya jual beli. Jaminan dalam Asuransi Syariah *sharing of risk* dimana terjadi prises saling menanggung antara satu dengan yang lain.pada konvensional transfer of risk dimana terjadi transfer resiko dari tertanggung kepada penanggung.

Pengelolaan dana pada asuransi konvensional pada asuransi konvensional tidak ada pemisahan antara dana peserta dan dana tabarru'. Semua bercampur menjadi satu

dan status dana tersebut adalah dana perusahaan. Perusahaan bebas mengelola dan menginvestasikan ke mana saja tanpa ada pembatasan halal ataupun haram. investasi syariah dapat di lakukan sesuai ketentuan perundang-undangan dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip serta tidak mengandung unsure riba sedang konvensional bebas melakukan investasi dalam batas ketentuan perundang-undangan dan tidak terbatas haram dan haram.

Kepemilikan dana Asuransi Syariah dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi itu milik peserta Asuransi Syariah hanya pemegang amanah sedangkan Asuransi Konvensional dana yang terkumpul dari peserta itu milik perusahaan. Unsure premi asuransi syariah iuran dan kontribusi terdiri dari unsure tabarru' dan tabungan sedangkan konvensional terdiri dari table mortalita, bunga, biaya- biaya asuransi.

Loading Asuransi Syariah tidak di beasuransi syariahan pada peserta tapi dari dana pemegang saham sedangkan konvensional cukup besar terutama diperutukkan untuk komosi agen bias menyerap pada tahun pertama dan kedua. Sumber pembayara klaim Asuransi Syariah di peroleh dari rekening tabarru' di mana peserta saling menanggung sedangkan konvensional dari rekening perusahaan.

Sumber pembayaran klaim Asuransi Ayariah di peroleh dari rekening *tabarru'* sedangkan konvensional dari rekening perusahaan. Sistem akuntansi menganut *cash basis* mengakui apa yang benar ada sedangkan konvensional *accrual basis*. Keuntungan di peroleh dari surplus *underwriting* sedangkan konvensional sama.

Perbedaan Asuransi S`yari`ah dengan Asuransi Konvensional

Unsur Pembeda	Asuransi Syari`ah	Asuransi Konvensional
Dewan Pengawas Syari`ah (DPS)	Ada DPS yang berfungsi untuk mengawasi prinsip operasional yang digunakan, produk yang ditawarkan, dan investasi dana.	Tidak ada DPS

Akad	Takaful (saling menjamin atau saling menolong)di antara peserta asuransi	Tabadul (tukar me-nukar atau jual beli) antara peserta asuransi dengan perusahaan asuransi.
Investasi Dana	Berdasarkan Syari'ah dengan prinsip bagi hasil (<i>mudharabah dan musyarakah</i>), serta murabahah, al- bai' bi tsaman ajil, salam, istisna', atau pengembangan akad ijarah.	Berdasarkan prinsip bunga.
Kepemilikan Dana	Danba yang terkumpul dari peserta tetap milik peserta, sedangkan perusahaan asuransi hanya sebagai pemegang amanah untuk mengelolanya.	Dana yang terkumpul dari peserta menjadi milik perusahaan asuransi . Perusahaan bebas menentukan investasinya.
Pembayaran Klaim	Dari rekening peserta, rekening tabarru'(dana kebajikan) seluruh peserta,yang sejak awal sudah diikhlasakan untuk keperluan tolong menolong bila terjadi musibah, serta bagian hasil investasi.	Dari rekening dana perusahaan.
Keuntungan (<i>profit</i>)	Dibagi antara perusahaan asuransi dengan peserta (sesuai prinsip bagi hasil)	Seluruhnya menjadi milik perusahaan.

E. BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN.

- Muhammad Syakir Sula. 2003, *Konsep dan Eksistensi Bisnis Asuransi Syariah di Indonesia*, Jurnal AAMAI, Tahun VII no.12,
- Muhammad syakir Sula, 2004, *konsep dan sistem operasional asuransi syariah* AAIJ, FIIS, Thn
- Irvan Raharjo. 2001, *bisnis asuransi menyongsong era global*, Jakarta Yasdaya.
- Murtadha Mutahhari. 1995, *asuransi dan riba*, Jakarta: pustaka hidayah.
- Wirnya Ningsih. 2005, *Asuransi syariah dan asuransi islam*, Jakarta: Prenada Media.
- Muhammad Syakir Sula. 2002, *prinsip-prinsip dan system operasional takafful serta perbedaannya dengan asuransi konvensional*, Jakarta:AAMAI.
- Abbas Salim. 2000, *Asuransi dan manajemen resiko*, Jakarta: Grafindo persada.
- Herman Darmawan . 2000, *Manajemen Asuransi*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhammed arif bin abdul Rasyid. 1996, *accounting concept in takaful business*, kuala Lumpur BIRT.

BAB IV
UU DAN FATWA MUI
TENTANG ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan.

Seiring dengan perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia, Majelis Ulama” Indonesia (MUI) menambah perangkat dalam suatu struktur organsasinya dengan nama Dewan Syariah Nasional (DSN). Lembaga ini didirikan bertujuan untuk menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan aktifitas keuangan Syariah. Adanya DSN ini juga memberi pengaruh terhadap penerbitan fatwa yang dilakukan oleh MUI.

Diantara lembaga-lembaga yang menerbitkan fatwa, MUI merupakan lembaga yang sering di libatkan oleh pemerintah dalam proses penerbitan suatu peraturan yang berhubungan dengan hukum Islam. MUI sebagai salah satu organisasi masyarakat yang berasaskan Islam, merupakan suatu lembaga yang menerbitkan fatwa-fatwa sejak tahun 1976 sampai dengan saat ini. Dengan demikain perlu membahas undang-undang dan fatwa-fatwa yang berkenaan dengan Asuransi Syariah.

B. Undang-undang (UU) Tentang Asuransi Syariah

Kegiatan Asuransi Syariah merupakan kegiatan ekonomi Syariah yang belum diatur secara khusus dalam UU, berbeda dengan kegiatan perasuransi syariah Syariah dan pasar modal Syariah yang telah memiliki UU khusus.

Dari segi hokum positif, hingga saat ini Asuransi Syariah masih berdasarkan legalitasnya pada UU No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian yang sebenarnya kurang mengakomodasi asuransi islam di Indonesia, karena tidak mengatur mengenai keberadaan asuransi berdasarkan prinsip Syariah. Pasal 1 UU ini menyebutkan definisi asuransi sebagai berikut:

“Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih dengan mana pihak pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang

mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan."⁴³

Pada pasal ke 2 UU membahas tentang usaha peransuransian merupakan kegiatan usaha yang bergerak dibidang :⁴⁴

1. Usaha asuransi yaitu usaha jasa keuangan yang dengan menghimpun dana masyarakat melalui pengumpulan premi asuransi memberikan perlindungan kepada anggota masyarakat pemakai jasa asuransi terhadap kemungkinan timbulnya kerugian karena suatu peristiwa yang tidak pasti atau terhadap hidup atau meninggalnya seseorang.
2. Usaha penunjang usaha asuransi, yang menyelenggarakan jasa keperantaraan, penilaian kerugian asuransi dan jasa aktuarial.

Pada Bab III Pasal 3 UU No 2 tahun 1992 tentang usaha perasuransian pada poin a yang berbunyi:⁴⁵

Usaha asuransi terdiri dari :

1. Usaha asuransi kerugian jasa dalam penanggulangan resiko atau kerugian, kehilangan manfaat, dan tanggung jawab hukum kepada pihak ke 3 yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.
2. Usaha asuransi jiwa yang memberi jiwa dalam penanggulangan resiko yang di kaitkan dengan hidup atau meninggalnya seseorang yang di pertanggungjawabkan
3. Usaha reasuransi yang memberikan jasa dalam pertanggungan ulang dalam resiko yang dihadapi perusahaan asuransi kerugian dan perusahaan asuransi jiwa.

⁴³ Wirdayaningsih. 2005, *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Prenada Media), 251-252

⁴⁴ Abdulkadir Muhammad. 1999, *Hukum asuransi Indonesia*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti), 274

⁴⁵ Suhrawardi K. Lubis. 2000, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika),

Apabila perusahaan asuransi melakukan pelanggaran terhadap ketentuan- ketentuan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1992, dan peraturan pelaksanaannya), maka perusahaan asuransi tersebut akan mendapatkan sanksi secara bertahap seperti berikut:⁴⁶

- 1) Pertama- tama diberikan peringatan tertulis
- 2) Jika peringatan tertulis tidak diperhatikan dilakukan pembatasan kegiatan usaha
- 3) Jika terhadap dua sanksi tersebut belum ada perhatian maka dilakukan pencabutan izin usaha.

Adapun peraturan perundang – undangan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah yang berkaitan dengan asuransi islam yaitu:⁴⁷

1. Keputusan menteri keuangan RI No 426/KMK.06/2003 tentang perizinan usaha dan kelembagaan perusahaan dan perusahaan reasuransi.
2. Keputusan asuransi keuangan republic Indonesia No 424/KMK.06/2003 tentang kesehatan keuangan perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi .
3. Keputusan Direktur Jendral Lembaga Keuangan tentang Jenis, Penilaian, dan Pembatasan Investasi Perusahaan Reasuransi dengan system Syariah.

Pada tahun-tahun selanjutnya, pengaturan terhadap perasuransian bertambah. Peraturan- peraturan yang secara langsung disebutkan mengenai penyelenggaraan peransuransian Syariah dalam isi ketentuannya adalah sebagai berikut:⁴⁸

- 1) Keputusan Direktur Jenderal Lembaga Keuangan No. kep-3607/LK/2004 tentang pedoman perhitungan batas tingkat solvabilitas minimum bagi perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi.

⁴⁶ Warkum sumitro. 1996, *Asas- Asas perasuransi syariah islam dan lembaga- lembaga terkait MUI dan tafakul di indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 177

⁴⁷ Wirdianingsih, *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*, 255

⁴⁸ Yeni Salma Barlinti. 2010, *Kedudukan Fatwa DSN Dalam Sistem Hukum Nasional di indonesia*, (Jakarta: Badai Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI), 314- 316

- 2) Peraturan menteri keuangan No. 135/PMK.05/2005 tentang perubahan atas keputusan menteri keuangan No. 424/KMK.06/2003 tentang kesehatan keuangan perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi.
- 3) Keputusan ketua Bapepam dan LK No. Kep-104/BL/2006 tentang produk unit link.
- 4) Peraturan ketua Bapepam dan LK No. PER-02/BL/2008 tentang pedoman perhitungan batas tingkat solvabilitas minimum bagi perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi.
- 5) Peraturan menteri keuangan No. 124/KMK.010/2008 tentang pedoman penyelenggaraan Lini usaha asuransi kredit dan Suretyship.
- 6) Peraturan pemerintah No. 39 th. 2008 tentang perubahan kedua atas peraturan pemerintah N. 73 Th. 1992 tentang penyelenggaraan usaha peransuransian.
- 7) Pengaturan pemerintah No. 81 Th. 2008 tentang perubahan ketiga atas peraturan pemerintah No. 73 Th. 1992 tentang penyelenggaraan usaha peransuransian.
- 8) Peraturan ketua bapepam dan Lk No. PER-02/BL/2009 tentang pedoman perhitungan batas tingkat solvabilitas minimum bagi perusahaan asuransidan perusahaan reasuransi.

Dengan peraturan perundang- undangan yang ada tersebut dapat dilihat adanya kemajuan perangkat pengaturan Asuransi Syariah, namun belum cukup untuk mengakomodasi kegiatan peransuransian Islam di Indonesia, terutama jika dibandingkan dengan perasuransi syariah Islam yang kerangka dan perangkat peraturan perundang- undangan mulai tampak titik terang dengan adanya upaya memperkenalkan konsep Asuransi Syariah dalam perubahan UU No. 2 tahun 1992 tentang usaha peransuransian yang sekarang masih dalam bentuk Rencana Undang- undang (RUU).⁴⁹

⁴⁹ Mashudi, *Hukum Asuransi*, 53

C. Fatwa Majelis Ulama' Indonesi (MUI) yang Tentang Asuransi Syariah

Pada awalnya perusahaan Asuransi Syariah melandaskan kegiatan operasionalnya pada prinsip-prinsip Syariah yang difatwakan Dewan Pengawas syariah (DPS) perusahaannya. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) mengenai perasuransian Syariah baru terbit tujuh tahun sejak awal dipraktekannya pada tahun 2001. fungsi utama DSN adalah mengawasi produk- produk lembaga keuangan Syariah agar sesuai dengan Syariat Islam, fungsi lain DSN adalah meneliti dan memberi fatwa bagi produk- produk yang dikembangkan oleh lembaga keuangan Syariah.⁵⁰ Oleh karena itu, Majelis Ulama' Indonesia (MUI) sebagai payung dari lembaga dan organisasi keislaman ditanah air, menganggap perlu dibentuknya satu Dewan Syariah yang bersifat nasional dan membawahi seluruh lembaga keuangan, termasuk didalamnya asuransi syariah-asuransi syariah Syariah.⁵¹

Dengan masih adanya pandangan yang mengharamkan praktek asuransi merupakan sesuatu yang *syubhat* sehingga harus dihindarkan, maka kemudian dicarilah jalan keluarnya dengan memberikan alternative bentuk asuransi yang sesuai dengan Syariat Islam yang sekarang dikenal dengan asuransi *at-takaful*. Majelis Ulama' Indonesia pada tanggal 16 Desember 2003 telah mengeluarkan fatwa haramnya bunga yang ditarik oleh perusahaan asuransi yang mengelola dana premi melalui deposito di asuransi syariah konvensional..

Dewan Syariah Nasional menerbitkan fatwa untuk dapat dijadikan sebagai pedoman bagi para pelaku Asuransi Syariah, yaitu : .⁵²

⁵⁰ Muhammad Syakir Sula. 2004, *Asuransi Syariah (life and general)*, (Jakarta: Gema Insani), 551

⁵¹ Muhammad Syafi'i Antonio. 2001, *asuransi syariah Syariah dari teori ke praktek*, (Jakarta: Gema Insani)235

⁵² Yeni Salma Barlinti. 2010, *Kedudukan Fatwa DSN Dalam Sistem Hukum Nasional di indonesia*, (Jakarta: Badai Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI),

1. Fatwa No. 21: Pedoman Umum Asuransi Syariah
2. Fatwa No. 39: Asuransi Haji
3. Fatwa No. 51: Akad Mudharabah Musytarakah pada Asuransi Syariah
4. Fatwa No. 52: Akad Wakalah bil Ujrah pada Asuransi Syariah dan ReAsuransi Syariah
5. Fatwa No. 53: Akad Tabarru' pada Asuransi Syariah

Fatwa DSN-MUI/X/2001 tentang pedoman umum Asuransi Syariah yang ditetapkan pada tanggal 17 oktober 2001, Asuransi Syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai Syariah.⁵³

Pertama : Ketentuan Umum

- a. Asuransi Syariah (*ta'min, takafful* atau *tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan/atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad atau perikatan yang sesuai Syariah.
- b. Akad yang sesuai dengan Syariah yang dimaksud pada point (1) adalah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram dan maksiat.
- c. Akad tijarah adalah semua bentuk akad yang dilakukan unmtuk tujuan komersial
- d. Akad tabarru' adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebajikan dan tolong menolong, bukan semata untuk tujuan komersial
- e. Premi adalah kewajiban peserta asuransi untuk memberikan sejumlah dana kepada perusahaan asuransi seuai dengan kesepakatan dalam akad
- f. Klaim adalah hak peserta Asuransi yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad.

⁵³ Muhammad Rifki, *Akutansi Keuangan Syariah*, 63

Kedua : Akad Dalam Asuransi

- a. Akad yang dilakukan antara peserta dengan perusahaan terdiri atas akad *tijarah* dan/atau akad *tabarru'*.
- b. Akad *tijarah* yang dimaksud dalam ayat (1) adalah *mudharabah*.
- c. Dalam akad sekurang - kurangnya harus disebutkan:
 - 1) Hak dan kewajiban peserta dan perusahaan
 - 2) Cara dan waktu pembayaran premi
 - 3) Jenis akad *tijarah* dan/atau akad *tabarru'* serta syarat-syarat yang di sepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang di akadkan.

Ketiga : Kedudukan Para Pihak Dalam Akad Tijarah & Tabarru'

- a. Dalam akad *tijarah* (*mudharabah*) perusahaan bertindak sebagai *mudharib* pengelola dan peserta bertindak sebagai *shahibul mal* pemegang polis.
- b. Dalam akad *tabarru'* (*hibah*), peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong peserta lain yang terkena musibah. Sedangkan perusahaan bertindak sebagai pengelola dana hibah

Keempat : Ketentuan dalam akad tijarah & tabarru'

- a. Jenis akad *tijarah* dapat diubah menjadi jenis akad *tabarru'* bila pihak yang tertahan haknya, dengan rela melepaskan haknya sehingga menggugurkan kewajiban pihak yang belum menunaikan kewajibannya.
- b. Jenis akad *tabarru'* tidak dapat diubah menjadi jenis akad *tijarah*

Kelima : Jenis asuransi dan akadnya

- a. Dipandang dari segi jenis asuransi itu terdiri atas asuransi kerugian dan asuransi jiwa.
- b. Sedangkan akad bagi kedua jenis asuransi tersebut adalah *mudharabah* dan *hibah*.

Keenam : Premi

- a. Pembayaran premi didasarkan atas jenis akad *tijarah* dan jenis akad *tabarru'*.
- b. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan Asuransi Syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalita untuk asuransi jiwa dan tabel morbidita untuk

asuransi kesehatan, dengan syarat tidak memasukkan unsur riba dalam penghitungannya

- c. Premi yang berasal dari jenis akad mudharabah dapat diinvestasikan dan hasil investasinya dibagi-hasilkan kepada peserta
- d. Premi yang berasal dari jenis akad tabarru dapat diinvestasikan

Ketujuh : Klaim

- a. Klaim dibayarkan berdasarkan akad yang disepakati pada awal perjanjian
- b. Klaim dapat berbeda dalam jumlah, sesuai dengan premi yang dibayarkan.
- c. Klaim atas akad tijarah sepenuhnya merupakan hak peserta, dan merupakan kewajiban perusahaan untuk memenuhinya
- d. Klaim atas akad tabarru' merupakan hak peserta dan merupakan kewajiban perusahaan, sebatas yang disepakati dalam akad

Kedelapan : Investasi

- a. Perusahaan selaku pemegang amanah wajib melakukan investasi dari dana yang terkumpul
- b. Investasi wajib dilakukan sesuai dengan Syariah.

Kesembilan : Reasuransi

Asuransi Syariah hanya dapat melakukan reasuransi kepada perusahaan reasuransi yang berlandaskan prinsip Syariah

Kesepuluh : Pengelolaan

- a. Pengelolaan Asuransi Syariah hanya boleh dilakukan oleh suatu lembaga yang berfungsi sebagai pemegang amanah.
- b. Perusahaan Asuransi Syariah memperoleh bagi hasil dari pengelolaan dana yang terkumpul atas dasar akad tijarah (mudharabah).
- c. Perusahaan Asuransi Syariah memperoleh *ujrah* (fee) dari pengelolaan dana akad *tabarru'* (hibah).⁵⁴

Pada bulan maret 2004 Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama' Indonesia (DSN- MUI) mengeluarkan fatwa baru tentang Obligasi Syariah, lembaga tersebut membolehkan

⁵⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life and general)*, 67- 68

pemerintah Republik Indonesia maupun perusahaan-perusahaan bila ingin menerbitkan Obligasi Syariah dengan skim *ijarah* (sewa).⁵⁵

D. Kesimpulan

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa belum diposisikannya Asuransi Syariah sebagaimana perasuransi syariah Syariah di tanah air dapat dimaklumi karena perasuransi syariah Syariah yang hadir lebih awal. Ia pun akan berkomunikasi Kementerian Keuangan mengenai rencana ini untuk dapat menjembatani kebutuhan industri. Setelah perasuransi syariah Syariah mempunyai payung hukum dengan adanya Undang-undang Perasuransi syariah Syariah, kini giliran pelaku ekonomi Syariah di sektor lainnya mengupayakan Undang-undang serupa. Draf rancangan undang undang (RUU) tentang Asuransi Syariah diupayakan masuk dalam program legislasi nasional 2009-2014.

Dalam menjalankan usahanya secara Syariah, perusahaan asuransi dan reasuransi Syariah hanya menggunakan pedoman yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Fatwa tersebut dikeluarkan karena regulasi yang ada tidak dapat dijadikan pedoman untuk menjalankan asuransi secara Syariah.

⁵⁵ Mustofa edwin Nasution. 2007 , *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana) 305

BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN.

- Muhammad Syafi'i Antoto. 2001. *Asuransi syariah Syari'ah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani
- Yeni Salman Barlinti. 2010. *Kedudukan Fatwa Dewan Syariah Nasional (dalam system hukum nasional di Indonesia)*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI
- Surawardi K Lubis . 2000. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika
- Muhammad, Abdul Kadir. 1999. *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Mashudi. 1998. *Hukum Asuransi*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Musthofa Edwin Nasution. 2007. *pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Muhammad Rifki. 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah (Konsep dan Implementasi PSAK Syariah)*. Yogyakarta:
- Warkum Sumitro. 1996. *Asas - asas Perasuransian syariah Islam dan Lembaga - lembaga Terkait (MUI dan Takaful) di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muhammad Syakir Sula. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General)*. Jakarta: Gema Insani
- Wirduyaningsih. 2005. *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media

BAB V

PRINSIP-PRINSIP OPERASIONAL ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan.

Asuransi syariah atau biasa disebut dengan takaful adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yang mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk tertanggung karena kerugian-kerugian atau kehilangan keuntungan. Di dalam bab ini membahas secara jelas tentang prinsip-prinsip dan operasional asuransi syariah yang mana tujuan utama dari pembahasan ini adalah untuk memperjelas atau menegaskan bahwa Asuransi Syariah itu bebas dari apa yang di namakan gharar, masyir, dan riba, Akan tetapi Asuransi Syariah itu adalah tolong menolong, dan saling membantu dan memberikan rasa aman. Selain dari pada itu untuk mengetahui bagaimana operasional Asuransi Syariah yang baik dan benar yang sesuai dengan Syariah Islam.

B. Prinsip-prinsip Asuransi Syariah

Prinsip utama dalam asuransi syariah adalah *ta'awanu 'ala al-birr wa al-taqwa* (tolong menolonglah kamu di dalam kebaikan dan taqwa), dan *al-ta'min* (rasa aman). Dengan prinsip ini Asuransi Syariah telah menjadikan semua anggotanya sebagai keluarga besar, yang mana satu dengan yang lainnya saling menjamin dan menanggung resiko. Derita yang di alami salah satu anggota akibat karena suatu musibah seperti kematian, kecelakaan, dan kebakaran akan dibantu oleh anggota asuransi yang lain. Hal ini di sebabkan transaksi yang dibuat berdasarkan Syariah Islam yaitu akad Takaful (saling menanggung) bukan akad Tabadul (saling menukar), yang mana selama ini digunakan oleh asuransi konvensional yaitu pertukaran pembayaran premi dengan uang pertanggungan.

Menurut Ahmad Azhar Basyir ada dua prinsip utama didalam asuransi takaful yaitu:

1. Saling bertanggung jawab, yaitu rasa tanggung jawab warga masyarakat terhadap warga yang lain Anggota-anggota Asuransi Syariah memiliki rasa tanggung jawab bersama untuk membantu dan menolong anggota yang

lain yang mengalami musibah atau kerugian. Hal ini dapat diperhatikan dari hadits-hadits berikut yang artinya: *“Kedudukan hubungan persaudaraan dan perasaan orang-orang beriman antara satu dengan yang lain seperti satu tubuh (jasad). Apabila satu dari anggotanya tidak sehat, maka akan berpengaruh pada seluruh tubuh”*(H.R.Bukhori Muslim).

“Seorang mukmin dengan mikmin yang (dalam suatu masyarakat) seperti sebuah bangunan di mana tiap-tiap bagian dalam bangunan itu mengukuhkan bagian-bagian yang lain” (HR. Bukhori dan Muslim)

Dengan prinsip ini maka asuransi takaful merealisasikan perintah Allah SWT dalam Al-Qur’an dan Rasulullah SAW dalam Al-Sunnah tentang kewajiban hidup bersama dan saling menolong diantara sesama umat manusia.

2. Saling melindungi penderitaan yang satu dengan yang lain, yang mana bahwa warga yang satu menjadi pelindung bagi warga yang lainnya dari gangguan keselamatan dan keamanan. Diantara sabda Rasulullah yang mengandung maksud dari perlunya saling melindungi adalah: *“Sesungguhnya seseorang yang beriman ialah siapa yang boleh memberi keselamatan dan perlindungan terhadap harta dan jiwa raga manusia”* (HR. Ibnu Majah)

Dengan begitu maka Asuransi Syariah merealisasikan perintah Allah SWT dalam al-Quran dan Rasulullah SAW dalam al-Ssunah tentang kewajiban saling melindungi diantara sesama warga masyarakat.

Sedangkan menurut Karnaen A. Permataatmadja menambahkan satu poin dari apa yang telah dikemukakan Amda Azhar Basyir yaitu menghindari unsur-unsur gharar, masyir, dan riba. Jadi ada empat prinsip menurut karnaen yaitu:

1. Saling bertanggung jawab
2. Saling bekerja sama atau saling membantu
3. Saling melindungi penderitaan satu sama yang lain
4. Menghindari unsure gharar, masyir dan riba

Adapun upaya untuk mensiasati agar bentuk usaha asuransi dapat terhindar dari unsur gharar, masyir, dan riba yaitu ada beberapa solusi:

1. Menghindari *gharar* (ketidakpastian), yaitu dengan semua peserta menjadi penolong dan penjamin satu sama yang lainnya, dan peserta asuransi sejak awal telah diberi tahu dari mana dana klaim yang akan di terimanya apabila mendapat musibah.
2. Menghindari *masyir* (perjudian), yaitu apabila peserta asuransi tidak mengalami musibah atau kecelakaan selama menjadi peserta, ia masih berhak mendapatkan premi yang di setornya kecuali dana dimasukkan kedalam dana tabarru'. Sedangkan kelebihan dana klaim yang di terimanya hanya merupakan tabarru' atau kebaikan yang di berikan oleh peserta asuransi yang lain.
3. Menghindari riba, yaitu didalam asuransi takaful tidak ada yang namanya bunga, akan tetapi dana yang terkumpul diinvestasikan dengan prinsip bagi hasil, terutama mudharabah dan musyarakat.

Prinsip operasional asuransi Islam mempunyai cirri-ciri khas. Ciri-ciri khas tersebut meliputi: Niat, semangat, tata cara pengelolaan, dan pengawasan syari'ah.⁵⁶

Dana asuransi diperoleh dari pemodal dan peserta asuransi didasarkan atas niat dan semangat persaudaraan untuk saling membantu pada aktu diperukan.

C. Prinsip Operasional Asuransi Syariah

1. Kegiatan Operasional Asuransi Syariah

Di dalam operasionalnya perusahaan Asuransi Syariah melakukan kerja sama dengan para peserta asuransi atas dasar prinsip *mudhorobah*. Syarikah takaful bertindak sebagai *al-mudhorib* penerima

⁵⁶ Dewi Gemala, SH,LL.M. 2006, *Aspek-aspek Hukum dalam Perasuransi syariah dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana), 146-148

pembayaran dari peserta takaful untuk diadministrasikan, dan diinvestasikan sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan yang bertindak sebagai *sohibul mal* adalah peserta takaful, yang akan memperoleh manfaat jasa perlindungan serta bagi hasil dari keuntungan syarikat takaful. Syarikat takaful menyediakan dua jenis perlindungan yaitu: takaful keluarga dan takaful umum.

- a. Takaful keluarga adalah bentuk takaful yang memberikan perlindungan financial kepada peserta takaful dalam menghadapi bencana kematian dan kecelakaan yang menimpa kepada peserta takaful. Adapun bentuk-bentuk takaful keluarga adalah:
- b. Takaful bencana adalah program yang digunakan bagi yang bermaksud menyiapkan dana, baik sebagai bekal persiapan untuk hari tua maupun untuk ahli warisnya
- c. Takaful pembiayaan adalah program yang di gunakan sebagai jaminan pelunasan sisa utang bagi seseorang yang mempunyai pinjaman apabila suatu saat terjadi musibah kematian
- d. Takaful pendidikan adalah program yang digunakan seseorang yang bermaksud menyiapkan dana untuk masa depan pendidikan putra putrinya
- e. Takaful dana haji adalah program yang digunakan bagi seseorang yang bermaksud untuk menyiapkan dana ibadah haji
- f. Takaful berjangka adalah program yang di gunakan oleh perusahaan atau lembaga yang bermaksud menyiapkan dana untuk ahli waris karyawan atau anggota apabila terjadi musibah kematian
- g. Takaful kesehatan adalah program yang digunakan bagi keluarga atau perusahaan yang bermaksud menyiapkan dana kesehatan untuk anggota keluarga atau karyawannya.
- h. Takaful umum adalah bentuk takaful yang memberikan perlindungan financial kepada peserta takaful dalam menghadapi bencana atau kecelakaan harta benda milik takaful. Bentuk-bentuk takafu umum adalah sebagai berikut:

- i. Takaful kebakaran berupa pemberian perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan sebagai akibat terjadinya kebakaran yang disebabkan percikan api, sambaran petir, ledakan dan kejatuhan pesawat terbang dan lain lain
- j. Takaful kendaraan bermotor berupa perlindungan terhadap kerugian dan atau kerusakan secara sebagian atau keseluruhan akibat dari kecelakaan atau tindak pencurian serta tanggung jawab hukum kepada pihak ke tiga
- k. Takaful pengangkutan berupa perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada barang-barang atau pengiriman uang sebagai akibat alat pengangkatannya mengalami musibah atau kecelakaan selama dalam perjalanan melalui laut, udara, atau darat
- l. Takaful rekayasa berupa perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan sebagai akibat yang berkaitan dengan pekerjaan pembangunan beserta alat-alat berat dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga

Takaful aneka berupa perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan sebagai akibat resiko yang tidak dapat ditutup pada polis-polis takaful yang telah ada.

2. Mekanisme Operasional Asuransi Syariah

Dalam asuransi takaful sebenarnya yang terjadi adalah saling bertanggung jawab dan melindungi para peserta. Perusahaan takaful diberi kepercayaan oleh para peserta untuk mengelola premi, mengembangkan dengan jalan yang sah secara syara' memberikan santunan kepada yang mengalami musibah sesuai isi akte perjanjian.⁵⁷

Keuntungan perusahaan asuransi takaful diperoleh dari bagian keuntungan dana dari para peserta yang dikembangkan dengan prinsip mudhorobah (bagi hasil).

⁵⁷ Perwatamadja Karnaen, SE, MPA, FIIS dkk. 2005, *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana), 257-259

Para peserta asuransi takaful berkedudukan sebagai pemilik modal dan perusahaan asuransi takaful berfungsi sebagai yang menjalankan modal dan perusahaan asuransi takaful berfungsi sebagai yang menjalankan modal. Keuntungan yang diperoleh dari pengembangan dana itu dibagi antara para peserta dan perusahaan sesuai ketentuan yang telah disepakati.

Mekanisme pengelolaan dana dibagi menjadi dua system yaitu:

- a. System yang mengandung unsur tabungan .
- b. System yang mewajibkan setiap peserta wajib membayar sejumlah uang (premi) secara teratur kepada perusahaan. Besar premi yang akan dibayarkan tergantung kepada kemampuan peserta.

Setiap premi yang dibayarkan akan dipisah menjadi dua rekening yang berbeda yaitu: pertama rekening tabungan yaitu kumpulan dana yang merupakan milik peserta yang dibayarkan bila perjanjian berakhir, peserta mengundurkan diri, dan perjanjian berakhir. Kedua peserta tabarru' yaitu kumpulan dana yang diniatkan oleh peserta sebagai iuran kebajikan untuk tujuan saling tolong menolong dan saling membantu yang akan dibayarkan bila peserta meninggal dunia, dan perjanjian telah berakhir (jika ada surplus dana).

Kumpulan dana peserta ini akan diinvestasikan sesuai dengan Syariat Islam tiap keuntungan dari hasil investasi setelah dikurangi dengan beban asuransi akan dibagi menurut prinsip *mudharabah*.

Presentasi pembagian *mudharabah* (bagi hasil) dibuat dalam suatu perbandingan tetap berdasarkan perjanjian kerja sama antara perusahaan dengan peserta. Sistem yang tidak mengandung unsur tabungan

System premi yang dibayar oleh peserta akan dimasukkan dalam perusahaan rekening tabarru' yaitu kumpulan dana yang diniatkan oleh peserta sebagai iuran kebajikan untuk tujuan saling tolong menolong dan saling membantu. Dana ini akan dibayarkan bila peserta meninggal dunia dan perjanjian telah berakhir (jika ada surplus dana).

Kumpulan dana peserta ini akan diinvestasikan sesuai dengan syariat islam. Keuntungan hasil inventasi setelah dikurangi dengan beban asuransi (klaim dan premi reasuransi) akan dibagi antara peserta dan perusahaan menurut prinsip mudharabah dalam suatu perbandingan tetap berdasarkan perjanjian kerja sama antara perusahaan dan peserta.

3. Mekanisme Kerja Asuransi Syari'ah

Persoalan lain yang perlu diketengahkan berkenaan dengan asuransi Syari'ah ini adalah tentang mekanisme kerja asuransi Syari'ah. Hal ini perlu dibicarakan karena esensi yang membedakan antara asuransi Syari'ah dengan asuransi konvensional terletak pada cara kerja yang dilakukan., mulai dari penyetoran premi, investasi dana, sampai pada pembayaran klaim kepada peserta asuransi yang tertimpa musibah atau bencana. Semua itu terangkum dalam konsep mekanisme kerja asuransi Syari'ah.

Dalam mendeskripsikan tentang cara atau mekanisme kerja asuransi Syari'ah ini, akan dibagi kepada dua pembahasan pokok sesuai dengan pembagian asuransi Syari'ah itu sendiri,yakni asuransi keluarga dan asuransi umum. Pembagian ini sangat penting dilakukan mengingat mekanisme kerja dari kedua asuransi Syari'ah itu memiliki sedikit perbedaan,yakni dalam pengelolaan premi yang disetor kepada perusahaan asuransi Syari'ah.Perbedaan tersebut muncul disebabkan "sesuatu " yang diasuransikanya berbeda :kalau diasuransi umum (kerugian)yang diasuransikanya harta atau hak milik peserta asuransi, sedangkan diasuransi keluarga (jiwa) yang diasuransikanya adalah diri peserta asuransi itu sendiri.

Selain kedua topik diatas, dalam bagian ini akan dibahas pula tentang pembayaran klain oleh perusahaan asuransi kepada peserta asuransi yang tertimpa musibah atau bencana. Disamping itu, pada bagian akhir akan dikengahkan pula ketentuan – ketentuan apabila semasa kontrak peserta tidak mengalami musibah atau bencana dan bagaimana pula ketentuannya apabila peserta mengundurkan diri di saat masa kontrak belum berakhir.

4. Mekanisme Kerja Asuransi Syari'ah Keluarga

Mekanisme kerja asuransi Syari'ah keluarga diawali oleh terjadinya akad atau transaksi antara perusahaan asuransi dengan peserta asuransi. Akad tersebut dilakukan sesuai dengan produk asuransi yang akan dimanfaatkan oleh peserta asuransi. Untuk satu produk asuransi akan dilakukan satu akad. Pada saat akad berlangsung peserta asuransi harus sudah menentukan produk asuransi yang akan diambil, seperti Asuransi Berjangka (10 , 15 , atau 20 tahun), Asuransi Dana Investasi, Asuransi Dana Siswa, Asuransi Haji, Asuransi al- khairat, Asuransi kesehatan, Asuransi Majelis Taklim, Asuransi Wisata, dan Umrah, Asuransi Perjalanan Haji, atau Asuransi Kecelakaan Diri.⁵⁸

Setelah akad berlangsung, maka dalam asuransi Syari'ah keluarga diatur menurut aturan sebagai berikut :

- 1) Peserta asuransi Syari'ah bebas memilih salah satu jenis Syari'ah Keluarga yang ada dengan ketentuan umur peserta antara 18 sampai dengan 50 tahun dengan masa pembayaran klaim berakhir sebelum mencapai umur 60 tahun;
- 2) Perusahaan asuransi Syari'ah dan peserta asuransi Syari'ah mengadakan perjanjian mudharabah (bagi hasil), yang sekaligus dinyatakan pula hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak;
- 3) Setiap peserta asuransi Syri'ah menyerahkan premi asuransi yang dapat dilakukan secara bulanan, kuartalan , setengah tahunan, atau tahunan. Premi yang diserahkan peserta itu sesuai dengan kemampuan peserta, tetapi tidak boleh kurang dari jumlah minimal yang ditetapkan perusahaan asuransi sebagai berikut.

⁵⁸ Drs. Yadi Jauhari, M.Ag. 2005, *Asuransi Syari'ah*, (Bandung: Pusataka Babi Quraisy), 71-81.

Jumlah Minimal Premi Disetor Peserta

Cara Angsuran	Jumlah Minimal Premi
Bulanan	Rp. 15.000.000,00
Kwartalan	Rp. 45.000.000,00
Setengah Tahunan	Rp. 90.000.000,00
Tahunan	Rp. 180.000.000,00

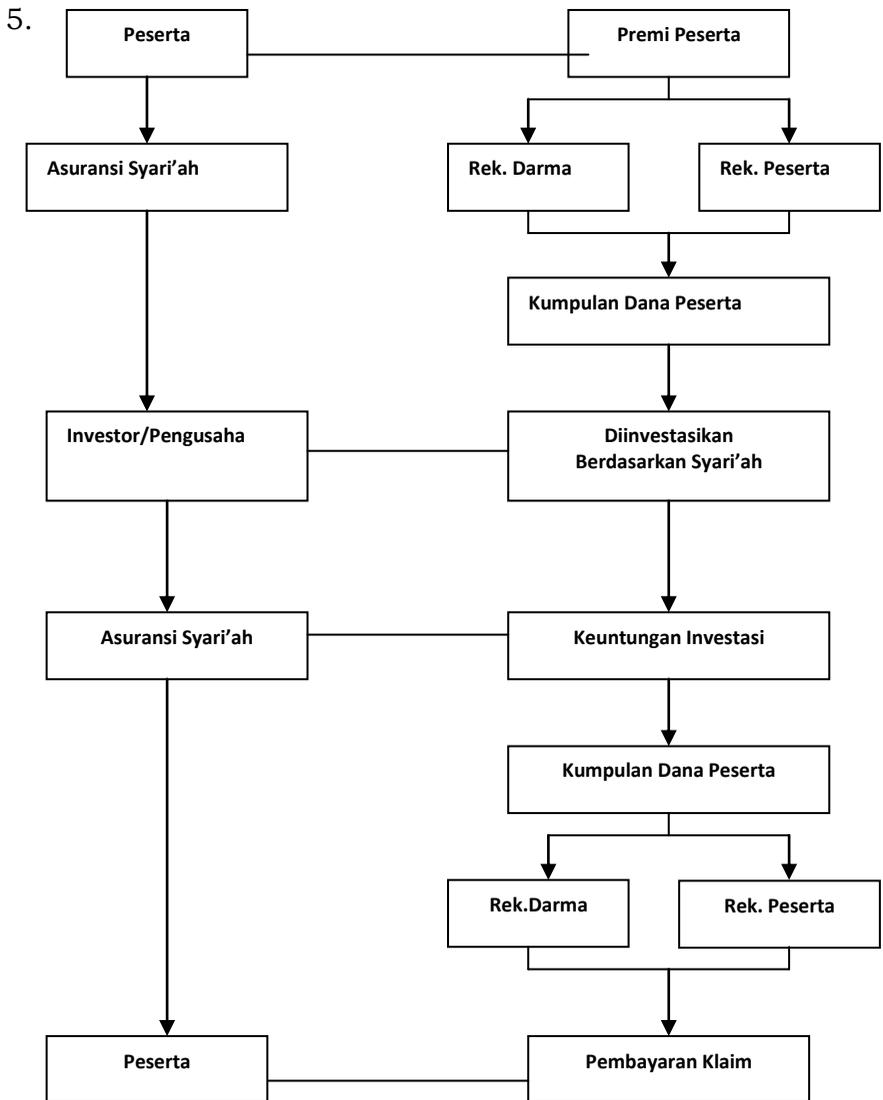
- 4) Setiap premi yang dibayarkan peserta dibagi kedalam dua rekening, yaitu Rekening Peserta dan Rekening Derma (Ta-baru' atau charity account). Presentase kedua rekening itu ditemukan sesuai kelompok umur peserta dan jangka waktu pertanggung. Secara rinci mengenai presentase itu dapat dikemukakan dalam tabel berikut :

Presentase Penentuan Tabungan Tabaaru'

Kelompok Umur	Jangka Waktu Pertanggungungan		
	10 Tahun	15 Tahun	20 Tahun
18 - 30	2,0 %	3,5 %	5,0 %
31 - 35	2,5 %	4,5 %	6,5 %
36 - 40	3,5 %	6,0 %	9,0 %
41 - 45	5,0 %	8,5 %	-
46 -60	7,0 %	-	-

- 5) Uang angsuran (premi) oleh perusahaan asuransi akan disatukan kedalam "Kumpulan Dana Peserta ", yang selanjutnya diinvestasikan dalam pembiayaan – pembiayaan proyek yang dibenarkan Syari'ah;
- 6) Keuntungan yang diperoleh dari investasi itu akan dibagi dengan peserta sesuai dengan perjanjian mudharabah yang telah disepakati sebelumnya;
- 7) Keuntungan bagian peserta akan dikreditkan kedalam rekening peserta dan rekening derma secara proporsional.

Pengelolaan Dana Asuransi Syari'ah Keluarga⁵⁹



⁵⁹ Ibid, 72.

5. Mekanisme Kerja Asuransi Syari'ah Umum

Seperti halnya pada mekanisme kerja Asuransi Syari'ah Keluarga, mekanisme kerja di Asuransi Syari'ah Umum juga diawali oleh terjadinya akad atau transaksi antara perusahaan asuransi dengan peserta asuransi. Akad tersebut dilakukan sesuai dengan produk asuransi yang akan dimanfaatkan oleh peserta asuransi. Untuk satu produk asuransi akan dilakukan satu akad. Pada saat akad berlangsung, peserta asuransi harus sudah menentukan produk asuransi yang akan diambil, seperti Asuransi Kendaraan Bermotor, Asuransi Kebakaran, Asuransi Resiko Pembangunan, Asuransi Resiko Pemasangan, Asuransi Mesin, Asuransi Peralatan Elektronik, Asuransi Pengangkutan, Asuransi Rangka Kapal, Asuransi Pengangkutan Uang, Asuransi Gabungan, Asuransi Kecelakaan Diri, Asuransi Penyimpanan Uang, Asuransi Tanggung Gugat, Asuransi Kebongkaran, atau produk asuransi Syari'ah umum lainnya.⁶⁰

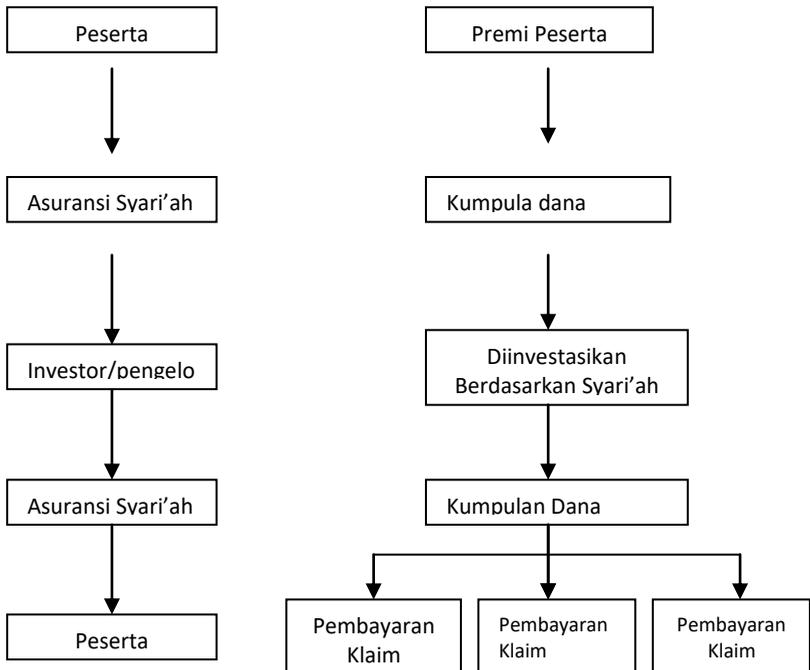
Setelah akad berlangsung, maka dalam asuransi Syari'ah Keluarga diatur menurut aturan sebagai berikut :

- a. Peserta dapat terdiri dari perorangan, perusahaan, lembaga / yayasan / badan hukum, atau yang lainnya;
- b. Perjanjian kerja sama antar perusahaan asuransi dan peserta Asuransi Syari'ah Umum dilakukan berdasarkan prinsip mudharabah;
- c. Besarnya nominal premi tergantung dari jenis asuransi yang dipilih. Setoran premi dilakukan sekaligus pada awal kontrak dibayar. Jangka waktu pertanggungans adalah satu tahun dan harus diperbaharui jika kontrak hendak diperpanjang untuk tahun berikutnya;
- d. Premi asuransi dikumpulkan dalam satu kumpulan dana yang kemudian diinvestasikan dalam proyek-

⁶⁰ Ibid, 77.

- proyek atau pembiayaan – pembiayaan lainnya yang sejalan dengan Syari’ah;
- e. Keuntungan dari hasil investasi akan dikreditkan kedalam kumpulan dana peserta;
 - f. Jika terjadimusibah atas harta benda peserta yang diasuransikan, maka perusahaan asuransi membayarkan ganti rugi atau santunan kepada peserta tersebut dengan dana yang diambil dari kumpulan dana peserta Asuransi Syari’ah Umum;
 - g. Biaya – biaya yang diperluka oleh perusahaan asuransi diambil dari kumpulan dana peserta. Jika masih terdapat kelebihan dana akan dibayarkan kepadapeserta dan perusahaan asuransi menurut prinsip *mudharabah*.

Pengelolaan Dana Asuransi Syari’ah Umum



6. Pengelolaan Investasi pada Asuransi Syariah

Professor ali Mustafa ya’kub mengatakan bahwa salah satu bentuk pengelolaan dana asuransi yang paling dominant adalah menginvestasikan dana yang terkumpul

dari premi. Pihak asuransi dapat menginvestasikan dana tersebut dalam bentuk inventasi apa saja selama investasi ini tidak mengandung investasi yang haram.

Sekiranya investasi tersebut dapat dilakukan dalam bentuk penyertaan modal dalam sebuah perusahaan, maka pihak asuransi harus mengetahui bahwa perusahaan tersebut tidak memperjualbelikan barang-barang yang di haramkan. Seandainya investasi dalam bentuk deposito, maka pihak asuransi harus mengetahui bahwa asuransi syariah tempat dana asuransi tersebut didepositokan adalah asuransi syariah-asuransi syariah yang beroperasi tidak dengan system bunga, tetapi dengan system bagi hasil (mudharabah). Begitu pula apabila ada usaha-usaha dengan unsure maksiat meskipun akan mendapat keuntungan yang besar investasi seperti ini tetap tidak dibenarkan. Allah berfirman dalam surat Ali-Imron : 130 :

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. (Ali-Imron: 130)

Nabi saw bersabda yang artinya bertakwalah kepada Allah dan sederhanakanlah dalam mencari rezeki. Ambilah apa yang halal dan tinggalkan apa yang haram. (HR.Ibnu Majah).

D. Kesimpulan

Asuransi syariah adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih yang mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk tertanggung karena kerugian-kerugian atau kehilangan keuntungan. Prinsip utama dalam asuransi syariah adalah *ta'awanu 'ala al-birr wa al-taqwa* (tolong menolonglah kamu di dalam kebaikan dan taqwa), dan *al-ta'min* (rasa aman). Mekanisme kerja asuransi Syari'ah keluarga diawali oleh terjadinya akad atau transaksi antara perusahaan asuransi dengan peserta asuransi. Akad tersebut dilakukan sesuai dengan produk asuransi yang akan dimanfaatkan oleh peserta asuransi. Untuk satu produk asuransi akan dilakukan satu akad. Asuransi Dana Investasi, Asuransi

Dana Siswa, Asuransi Haji, Asuransi al- khairat, Asuransi kesehatan, Asuransi Majelis Taklim, Asuransi Wisata, dan Umrah, Asuransi Perjalanan Haji, atau Asuransi Kecelakaan Diri.

E. BUKU BACAAN YANG DI ANJURKAN

Dewi Gemala, SH,LL.M. 2006, *Aspek-aspek Hukum dalam Perasuransi syariah dan Perasuransian Syari'ah di Indonesia*, Jakarta: Kencana.

Muhammad Sula, Syakir. 2002, AAIJ, FIIS, *Asuransi Syariah (Life And General) konsep dan system operasional*, Jakarta: Gema Insani.

Muhammad. 2007, *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graham Ilmu.

Perwaatmadja Karnaen, SE, MPA, FIIS dkk 2005., *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana.

Prof. H.A. Djazuli dan Drs. Janwari Yadi, M,Ag. 2002, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sumitro Warkum, SH.MH. 1996, *Asas-Asas Perasuransi syariah Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan Takafful) di Indonesia*, Jakarta: PT: Raja Grafindo Persada.

BAB VI

PRINSIP-PRINSIP KLAIM ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan.

Lembaga Asuransi Syariah merupakan lembaga keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, karena Asuransi Syariah merupakan suatu jaminan di masa depan kelak, dengan adanya Asuransi seseorang bisa tertolong dari segala resiko yang tidak terduga.

Allah SWT memberikan jalan keluar bagi hambanya dalam menghadapi kesulitan, yang salah satunya lewat lembaga asuransi, agar tidak terjadi kerugian antara salah satu pihak, asuransi membuat klaim, Klaim ialah aplikasi untuk memperoleh Pertanggungungan atas kerugian yang dihadapi seseorang berdasarkan perjanjian. Klaim takaful akan dibayarkan kepada peserta yang mengalami musibah yang menimbulkan kerugian harta bendanya sesuai dengan perhitungan kerugian yang wajar, Dana pembayaran klaim takaful di ambil dari kumpulan uang pembayaran premi peserta.

B. Pengertian Kalaim

Klaim adalah aplikasi oleh peserta untuk memperoleh pertanggungungan atas kergianya yang tersedia berdasarkan perjanjian. Sedangkan klaim adalah proses yang mana peserta dapat memperoleh hak-hak berdasarkan perjanjian tersebut, Semua usaha yang diberikan untuk menjamin hak-hak tersebut dihormati sepenuhnya sebagaimana yang seharusnya. Oleh karena itu, Penting bagi pengelola Asuransi Syariah untuk mengatasi klaim secara efisien.

Pada semua perusahaan asuransi, termasuk yang berdasarkan Syariah, sebenarnya tidak ada alasan untuk memperlambat penyelesaian klaim yang ajukan oleh tertanggung. Tindakan memperlambat itu tidak boleh dilakukan, karena klaim adalah suatu proses yang telah diantisipasi sejak awal oleh semua perusahaan asuransi. Disamping itu yang lebih penting lagi bahwa klaim adalah hak peserta, dan dananya diambil dari *tabarru'* semua peserta. Karena itu, wajib bagi pengelola untuk melakukan

proses klaim secara cepat, tepat, dan efisien. Itu merupakan bagian dari amanat yang harus di jalankan oleh pengelola sebagaimana yang di perjanjikan . Allah Berfirman :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَرَسُوْلَهٗ وَتَخُوْنُوْا اٰمَنَاتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ ﴿٢٧﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui*” (Al - Anfaal : 27)

C. Jenis Kerugian

Sebelum mengajukan klaim kepada perusahaan Asuransi Syariah, terlebih dahulu memahami jenis-jenis kerugian . Secara umum jenis kerugian dapat di golongan menjadi tiga .

1. Kerugian seluruhnya (*total loss*)
2. Kerugian sebagian (*Partial loss*)
3. Kerugian pihak ketiga .

Pada kerugian seluruhnya (*total loss*), Obyek yang dipertanggungkan secara teknis atau nyata rusak seluruhnya .Misalnya, mobil yang hilang dicuri atau masuk laut . Secara teknis dikatakan rusak seluruhnya , karena biaya untuk mengangkat dan memperbaikinya lebih besar 75 % harga mobil tersebut. Mobil yang terlindas tank baja secara nyata tidak berujud lagi sebagai mobil, dan dikatakan sebagai rusak seluruhnya. Dalam hal kendaraan dicuri, pernyataan hilangnya kendaraan hanya dapat dikeluarkan oleh kepala direktorat serse polisi setempat .

Adapun kerugian sebagian (*Partial loss*) adalah semua kerusakan yang tidak masuk kategori kerugian seluruhnya .

Dalam menentukan besarnya nilai kerugian cukup kompleks . Misalnya , dalam peristiwa kebakaran kantor atau gedung, penilaian dilakukan oleh lembaga independen (*loss adjuster*). Sedangkan untuk kerugian yang berhubungan dengan asuransi laut ,penilaian dilakukan oleh *average adjuster*.

Kerugian pihak ketiga, adalah kerugian yang dialami oleh pihak ketiga yang terjadi akibat tindakan yang

dilakukan oleh tertanggung, Misalnya, kendaraan tertanggung menabrak diri atau harta benda pihak ketiga yang kemudian menimbulkan luka badan atau kerugian pada diri atau harta benda pihak ketiga .

D. Penggantian kerugian

Cara penggantian kerusakan yang dialami oleh tertanggung dalam perusahaan Asuransi Syariah. Cara penggantian mengacu pada kondisi dan kesepakatan yang tertulis dalam polis, yaitu pemilihan cara penggantian yang ada pada penanggung apakah akan mengganti dengan uang tunai, memperbaiki atau membangun ulang obyek yang mengalami kerusakan .

Seringkali dalam asuransi kendaraan bermotor, penggantian kerusakan dilakukan oleh tertanggung (peserta) tanpa mengajukan persetujuan kepada penanggung. Disamping itu, tertanggung tidak dapat menerimanya, jika kemudian klaim atas semua biaya perbaikan ditolak oleh perusahaan asuransi, hal ini terjadi karena tertanggung tidak memenuhi kondisi pertanggungan .

Oleh karena itu, sebaiknya sebelum melakukan perbaikan atau kerusakan yang terjadi, tertanggung terlebih dahulu meminta persetujuan tertulis dari penanggung, penanggung akan menentukan penyebab kerusakan, apakah dijamin oleh polis. Pada kasus yang tidak kompleks, penanggung menentukan bagaimana sifat dan berapa besarnya penggantian yang wajar atas kerusakan yang terjadi.

E. Prosedur Klaim

Secara umum prosedur klaim pada asuransi kerugian (umum) hampir sama, baik pada Asuransi Syariah maupun konvensional. Adapun yang membedakan dari masing-masing perusahaan adalah kecepatan dan kejujuran dalam menilai suatu klaim .

1. Pemberitahuan klaim

Segera setelah peristiwa yang sekiranya akan membuat tertanggung menderita kerugian, tertanggung atau pihak yang mewakilinya segera melaporkan kepada penanggung. Laporan lisan harus dipertegas dengan

laporan tertulis. Pada tahap awal ini tertanggung akan mendapat petunjuk lebih lanjut mengenai apa yang harus dilakukan oleh tertanggung, dan dokumen apa yang harus dilengkapi oleh tertanggung .

Kondisi ini diterapkan untuk memungkinkan pengelola mengambil tindakan yang diperlukan mengenai klaim yang muncul . Peserta menyerahkan klaim baik secara personal kepada pengelola maupun melalui otoritas atas namanya seperti pengacara, broker atau agen .

2. Bukti Klaim Kerugian

Peserta yang mendapat musibah diminta menyediakan fakta-fakta yang utuh dan bukti-bukti kerugian. Untuk tujuan ini, penting bagi peserta yang mendapat musibah untuk menyerahkan klaim tertulis dengan melengkapi “Lembaran Klaim” standar yang dirancang untuk masing-masing *Class of bussines* (COB) . penting juga bagi bagi penuntut untuk melengkapi dokumen-dokumen yang di ajukan sebagaimana yang dipersyaratkan secara standard alam industri asuransi di Indonesia .

3. Penyelidikan

Setelah laporan yang dilampiri dengan dokumen pendukung diterima oleh penanggung, dilakukan analisis administrasi. Misalnya, mengenai apakah premi sudah dibayar apa belum . Apabila tahap ini sudah dilalui? Penanggung akan memutuskan untuk segera melakukan survey dilapangan atau menunjuk *independent adjuster*, jika hal itu diperlukan. Pihak ketiga yang terakhir ini akan menentukan penyebab kerugian, serta menilai besarnya kerugian yang terjadi. Laporan survei atau adjuster akan di jadikan dasar apakah klaim akan dijamin oleh polis atau tidak .

Jika klaim ditolak, penanggung akan segera menyampaikan surat penolakan atas klaim yang di ajukan tertanggung. Sebaliknya, jika klaim secara teknis dijamin polis, penanggung akan segera menghubungi tertanggung mengenai kesepakatan bentuk dan nilai penggantian yang akan diberikan kepada tertanggung.

Semua korespondensi akan dilakukan secara tertulis antara penanggung dan tertanggung.

4. Penyelesaian Klaim

Setelah terjadinya kesepakatan mengenai jumlah penggantian sesuai peraturan perundangan yang berlaku, disyaratkan bahwa pembayaran klaim tidak boleh lebih dari 30 hari sejak terjadi kesepakatan tersebut .

Dalam hal penanggung setuju menyerahkan perbaikan kepada tertanggung, misalnya pemilihan bengkel dilakukan atas kehendak tertanggung, maka pembayaran kepada pihak bengkel dan tertanggung, diajukan klaim kepada perusahaan Asuransi Syariah.

F. Sumber Pemberdayaan Klaim

1. Recoveri Klaim

Asuransi menganut prinsip *indemnity*, yaitu tertanggung tidak dimungkinkan menerima keuntungan akibat terjadinya suatu peristiwa. *Endimnity* adalah mekanisme penanggung untuk mengkompensasi risiko yang menimpa tertanggung dengan ganti rugi finansial. Prinsip endimnity tidak dapat dilaksanakan dalam asuransi kecelakaan dan kematian. Dalam kedua jenis asuransi tersebut, pihak penanggung tidak dapat mengganti nyawa yang hilang atau anggota tubuh yang cacat / hilang karena endimnity berkaitan dengan ganti rugi finansial. Indemniti dapat dilakukan dengan beberapa cara pembayaran tunai, penggantian, perbaikan dan pembangunan kembali. Oleh karena itu, sisa barang yang mengalami kerugian, setelah mendapat penggantian dari penanggung, menjadi hak sepenuhnya pihak penanggung. Termasuk pula tuntutan hukum yang dimiliki oleh tertanggung kepada pihak ketiga. Tertanggung harus menyerahkan semua haknya atas barang atau tuntutan kepada pihak ketiga , serta membantu semaksimal mungkin agar penanggung dapat mengambil hak tersebut. Tindakan demikian disebut sebagai pengalihan hak subrogasi.

a. Asuransi syariah

Pada Asuransi Syariah sumber pembayaran klaim diperoleh dari rekening *tabarru'* yaitu rekening

dana tolong menolong dari seluruh peserta, yang sejak awal sudah diakadkan dengan ikhlas oleh peserta untuk keperluan saudara-saudaranya apabila ada yang ditakdirkan Allah SWT meninggal dunia atau mendapat musibah kerugian materi, kecelakaan dan sebagainya .

Dalam paradigma masyarakat yang islami dan memahami makna bertakaful atau saling menolong dengan landasan dan system asuransi yang berdasarkan Syariat Islam, maka dana pengeluaran dana *tabarru'* benar-benar di hayati dalam kontek ibadah semata-mata karena mengharapakan pahala dan ridha Allah SWT.

Allah berfirman :

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبَلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

عَلِيمٌ

Artinya: “perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui” (QS. Al-Baqarah: 261).⁶¹

b. Asuransi Konvensional

Pada Asuransi Konvensional, Sumber pembayaran klaim adalah dari rekening perusahaan, murni bisnis, dan tentu tidak ada nuansa spiritual yang melandasinya. Klaim yang di bayarkan perusahaan adalah bagian dari kewajiban timbal balik yang diatur dalam akad perjanjian asuransi, yaitu peserta berkewajiban membayar sejumlah premi sebagai bertanggung

⁶¹ Wirdiyaningsih. 2005, *Asuransi syariah dan Asuransi islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana) 217

dan perusahaan berkewajiban untuk membayar klaim sebagai penanggung apabila peserta mengalami musibah atau telah jatuh tempo .

Sugiarto Ranoesiminto , Direktur Lippo Life , mengatakan bahwa di tengah-tengah perkembangan asuransi di Indonesia, masih tersisa adanya kesan pada masyarakat bahwa perusahaan asuransi hanya menerima premi Asuransi itu hanya mau menerima premi. Tapi, giliran ada musibah, tidak mau membayar klaim. Kesan ini memang tidak begitu saja terjadi, tetapi mungkin ada beberapa perusahaan (terutama yang bemasalah) yan tidak dengan baik menyelesaikan kewajiban kepada tertanggung. Ada perusahaan yang berbelit-belit menyelesaikan kliam, bahkan ada yang sama sekali tidak mau atau tidak mampu membayar klaim. Karena kejadian-kejadian yang seperti ini di lansir media massa, maka image yang mendiskreditkan asuransi itupun semakin luas.

Namun demikian, sugiarto mengemukakan bahwa penelitian tersebut adakalanya disebabkan oleh persepsi nasabah sendiri terhadap asuransi yang kurang tepat. Salah persepsi itu memang bisa juga karena kesalahan agen asuransi. Misalnya saja, dalam *application form* untuk asuransi disebutkan : apakah bapak menderita selain kanker? si nasabah mengatakan tidak, tetapi seminggu kemudian nasabah meninggal karena kanker. Inikan sulit?.

Mengapa asuransi tidak mudah membayar klaim, tanpa di penuh berbagai persyaratan yang sudah ditentukan, adalah demi kepentingan semua pemegang polis. Asuransi adalah pengelola dana milik orang banyak. Maka tentu ia harus bertanggung jawab dalam mengelola dan tersebut. Dia tidak boleh sembarangan memberikan uang kepada seorang nasabah yang mengajukan klaim, tanpa lebih dulu harus menyelidikinya. Jika perusahaan asuransi dengan gampang membayar

klaim, maka hal itu akan merugikan nasabah lainnya.⁶²

G. Manfaat Klaim

1. Takaful keluarga

Pada takaful keluarga ada tiga skenario manfaat yang diterima oleh peserta, yaitu klaim takaful akan dibayarkan kepada peserta takaful jika terjadi hal hal berikut ini:

a. Peserta meninggal dunia dalam masa pertanggungan (sebelum jatuh tempo), dalam hal ini maka ahli warisnya akan menerima :

- 1) Pembiayaan klaim sebesar jumlah angsuran premi yang telah disetorkan dalam rekening peserta di tambah dengan bagian keuntungan dari hasil investasi .
- 2) Sisa saldo angsuran premi yang seharusnya dilunasi dihitung dari tanggal meninggalnya sampai dengan saat selesai pertanggungan . Dana untuk maksud ini diambil dari rekening khusus para peserta yang memang disediakan untuk itu .
- 3) Peserta masih hidup sampai pada selesainya masa pertanggungan . Dalam hal ini peserta yang bersangkutan akan menerima :
 - a. Seluruh angsuran premi yang telah disetorkan ke dalam rekening peserta, di tambah dengan bagian keuntungan dari hasil investasi .
 - b. Kelebihan dari rekening khusus peserta apabila setelah dikurangi biaya operasional perusahaan dan pembayaran klaim masih ada kelebihan .

2. Takaful umum

Klaim takaful akan di bayarkan kepada peserta yang mengalami musibah yang menimbulkan kerugian harta bendanya sesuai dengan perhitungan kerugian yang wajar . Dana pembayaran klaim takaful diambil dari kumpulan uang pembayaran premi peserta .

⁶² Muhammad syakir Sula . 2004, *asuransi syari'ah (life and generar) konsep dan system operasional*, (Jakarta : Gema Insani) 52

H. Pembagian Keuntungan

Baik Takaful keluarga maupun Takaful umum, keuntungan yang diperoleh dari hasil investasi dana rekening peserta pada takaful keluarga dan dana kumpulan premi, setelah dikurangi biaya operasional perusahaan pada takaful umum, dibagikan kepada perusahaan dan peserta takaful sesuai dengan prinsip *al-Mudharabah* dengan porsi pembagian yang telah disepakati sebelumnya . Mengenai cara pembagian keuntungan ini lebih lanjut dapat dilihat pada mekanisme operasional pengelolaan dan asuransi takaful .⁶³

I. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas bisa diambil kesimpulan bahwa definisi Klaim bisa di artikan sebagai aplikasi untuk memperoleh pertanggungan atas kerugian yang tersedia berdasarkan perjanjian . dan bisa diartikan sebuah proses untuk memperoleh hak-hak dari pihak tertanggung .

Jenis - jenis kerugian adalah (1). Kerugian klaim atau obyek yang dipertanggungkan secara teknis rusak secara keseluruhan. (2). Kerugian sebagian adalah obyek yang dipertanggungkan secara jelas dan nyata tidak termasuk katagori rusak seluruhnya (3). Kerugian pihak ketiga adalah kerugian yang di alami oleh pihak ketiga akibat tindakan dari tertanggung .

Proses klaim adalah (1). Pemberitahuan klaim-klaim sebuah tahap awal dari sebuah proses klaim yang dilakukan oleh tertanggung atas kerugian yang ada melalui laporan lisan dan di pertanggungkan secara tertulis. (2). Penyerahan bukti klaim kerugian, tertanggung yang yang mendapat musibah yang menyediakan fakta-fakta dan bukti kerugian dengan melengkapi lembaran klaim. (3). Penyelidikan sebuah analisis yang dilakukan penanggung atas laporan klaim yang tertanggung sebelum memutuskan menerima atau menolak yang diajukan. (4). Penyelesaian . penanggung menyerahkan klaim kepada tertanggung .

⁶³ Wirdyaningsih. 2005, *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana), 174

Sumber dana pembayaran klaim adalah dana pembayaran klaim diperoleh dari sekumpulan rekening *tabarru'* (tolong menolong) dari seluruh peserta yang sudah di akadkan sejak awal untuk keperluan salah satu/dua anggota yang memerlukan .

J. BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN.

- Dewi Gemala. 2006 *Aaspek - Aspek Hukum dalam perasuransi syariah dan Perasuransian Syariah di Indonesia* , Jakarta : Kencana.
- Kasmir. 2010 , *Asuransi syariah dan Lembaga Uang Lainnya* , Jakarta : PT raja Grafindo persada .
- Muhammad abdurkadir. 1999 , *Hukum Asuransi Indonesia* , bandung : PT . Citra aditya Bakti
- Muhammad. 2007 , *Lembaga Ekonomi Syariah* , Yogyakarta , candi Gebang.
- Sula Muhammad Syakir. 2004 , *asuransi Syariah (life And General) konsep dan Sistem Opeasionalr* , Jakarta : Gema Insani press.
- Triandaru Sigit. 2006 *Asuransi syariah Dan Lembaga Keuangan lain* , Jakarta : Salemba Empat .
- Widianingsih. 2005 , *asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia* , Jakarta : Kencana

BAB VII

PRODUK - PRODUK ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan

Pada prinsipnya cara mendesain produk - produk asuransi syari'ah tidak terlampaui berbeda dengan cara mendesain produk konvensional. Walaupun demikian perbedaan di antara keduanya dapat menentukan halal haramnya suatu produk

Ada macam-macam produk Asuransi Syariah diantaranya mekanisme pengelolaan dana, produk-produk individu tanpa unsur tabungan, produk - produk individu, produk kumpulan, produk asuransi kerugian.

Asuransi Syariah sebagai asuransi yang bertumpu pada konsep tolong menolong dalam kebaikan serta menjadikan semua peserta sebagai keluarga besar yang saling menanggung satu sama lain. Selanjutnya akan kita bahas di bab berikut.

B. Produk - Produk Asuransi Syari'aha

1. Produk - Produk Asuransi Jiwa

Takaful sebagai asuransi yang bertumpu pada konsep tolong menolong dalam kebaikan serta menjadikan semua peserta sebagai keluarga besar yang saling menanggung satu sama lain.⁶⁴ Sistem ini diatur dengan meniadakan tiga unsur yang masih dipertanyakan yaitu, *gharar, maisir, dan riba*.

a. Produk - produk individu yang ada unsur tabungan (*saving*)

Produk - produk individu ada unsur tabungan artinya suatu produk yang diperuntukkan untuk perorangan dan dibuat secara khusus, dimana didalamnya selain mengandung *tabarru'* juga terdapat unsur tabungan yang dapat diambil kapan saja oleh pemiliknya.

1) Takaful dana investasi

⁶⁴ Ir. Muhammad Syakir Sula. 2004, *Asuransi syari'ah (life and general): konsep dan sistem oprasional* (Jakarta: Gema Insani), 636

Program takaful dana investasi adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah dan US Dollar sebagai dana investasi yang diperuntukkan bagi ahli warisnya.

2) Takaful dana siswa

Program takaful dana siswa adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan

3) Takaful dana haji

Program takaful dana haji adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah dan US Dolar untuk biaya menjalankan ibadah haji.

4) Program takaful jabatan adalah suatu bentuk perlindungan untuk direksi atau pejabat teras suatu perusahaan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang rupiah atau US Dollar sebagai dana santunan yang di peruntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lbih awal atau sebagai dan santunan/ investasi pada saat tidak aktif lagi di tempat kerja.

5) Takaful hasanah

Suatu bentuk perlindungan untuk erorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana sebagai modal usaha atau diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal.

b. Produk - Produk Individu (*Non Saving*)

Produk-produk individu tanpa tabungan (*non saving*) adalah produk-produk Asuransi Syariah yang sifatnya individu dn didalam strukturnya tidak terdapat unsur tabungan atau semuanya bersifat *tabarru'* dana tolong menolong.

1) Takaful kesehatan individu

Program ini di peruntutkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan dana santunan rawat

inap dan operasi bila peserta sakit dan kecelakaan dalam masa perjanjian.

Jenis-jenisnya adalah

- a) Asuransi berjangka (*teern insurance*)
- b) Asuransi tabungan (*endowment insurance*)
- c) Asuransi seumur hidup (*whole life insurance*)
- d) *Anuity contract insurance* (anuitas)

- 2) Takaful kecelakaan diri individu hasil atau pengembalian nilai tunai .

Program yang diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyediakan santunan untuk ahli waris bila peserta mengalami musibah kematian karna kecelakaan dalam masa perjanjian.

- 3) Takaful al-khoirot individu.

Program ini diperuntukkan bagi perorangan yang bermaksud menyidikan santunan untuk ahli waris bila peserta mengalami musibah kematian dalam masa perjanjian.

2. Produk-Produk Kumpulan.

Yang dimaksud produk kumpulan adalah produk yang didesain untuk dalam jumlah peserta relatif banyak dan dalam struktur produknya ada yang mengandung unsur tabungan (*saving*) dan ada yang tidak mengandung unsur tabungan. Produk - produk kumpulan yang tidak mengandung unsur tabungan di akhir masa kontrak tidak ada bagi hasil atau pengembalian nilai tunai. Karna semuanya bersifat tabarru' dana tolong menolong.

- a. Takafu kecelakaan diri kumpulan.

Untuk bentuk perkumpulan yang ditujukan untuk perusahaan organisasi atau perkumpulan yang bermaksud menyediakan santunan kepada karyawan/ anggota apabila mengalami musibah karna kecelakaan dalam masa perjanjian.

- b. Takaful kecelakaan siswa

Suatu bentuk perlindungan kumpulan yang ditujukan kepada sekolah/ perguruan tinggi atau lembaga pendidikan non formal yang bermaksud menyediakan santunan kepada siswa/mahasiswa atau pesertanya apabila mengalami musibah karena kecelakaan yang

- mengakibatkan cacat tetap total maupun sebagian atau meninggal.
- c. Takaful wisata dan perjalanan
Program yang diperuntukkan bagi biro perjalanan dan wisata/travel yang berkeinginan memberikan perlindungan kepada pesertanya apabila mengalami musibah karna kecelakaan yang mengakibatkan cacat tetap total, sebagian meninggalselama wisata maupun perjalanan dalam dan luar negri.
 - d. Takaful pembiaayaan
Sesuatu bentuk perlindungan kumpulan yaitubeberapa jaminan pelunasan utang apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dalam masa apabila yang bersangkutan ditentukan perjanjian.
 - e. Takaful majlis ta'lim
Suatu bentuk perlindungan bagi majlis ta'lim yang bermaksud menyediakan sntunan untuk ahli waris jama'ah apabila yang bersangkutan ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perjanjian.
 - f. Program takaful al-khoirot adalah suatu bentuk perlindungan kumpulan yang diperuntukkan bagi perusahaan pemerintah atau swasta, organisasi yang berbadan hukum atau usaha yang bermaksud menyediakan santunan yang meninggal untuk ahli waris bila peserta atau karyawan mengalami musibah meninggal.
 - g. Takaful medicare
Adalah program asuransi kesehatan yang memberi jaminan penggantian jaminan pengobatan dan oprasi peserta yang disebabkan oleh penyakit maupun kecelakaan.
 - h. Takaful al-khoirot + tabungan haji (takaful iuran haji)
Adalah program bagi karyawan yang bermaksud menunaikan ibadah haji dengan pendanaan melalui sumbangan bersama dan keberangkatannya secara bergilir.
 - i. Takaful perjalanan haji dan umrah
Program ini diperuntukkan bagi jama'ah haji dan umrah yang bermaksud menyediakan santunan untuk

ahli waris jama'ah bila peserta meninggal sewaktu menjalankan ibadah haji atau umrah.

3. Produk – Produk Simple Risk

Produk simple risk adalah jenis-jenis produk asuransi umum atau kerugian yang berdasarkan Syariah, yang tingkat resiko dan perhitungan secara teknik dalam produk – produknya relatif sederhana dan resiko standard tanpa perluasan jaringan.

a. Takaful kebakaran

Memberikan perlindungan terhadap kerugian dan atau kerusakan sebagai akibat terjadinya kebakaran yang di sebabkan percikan api, sambaran petir, ledakan, dan kejatuhan pesawat terbang.dalam pembuatan kontrak harus memenuhi pembuatan syarat yaitu

- 1) Insuring clause adalah perusahaan asuransi akan menjamin semua kerugian yang terjadi atas hak milik (properti) orang.
- 2) Stipulation condition
- 3) Form of contract
- 4) Insurable interest⁶⁵

b. Takaful kendaraan bermotor

Memberikan perlindungan terhadap hal-hal berikut:

- 1) Kerugian dan atau kerusakan atas kendaraan yang di pertanggungkan akibat terjadinya kecelakaan yang tidak di inginkan secara sebagian maupun secara keseluruhan
- 2) Tindak pencurian.
- 3) Tanggung jawab hukum kepada pihak ke tiga.
- 4) Huru-hara, paemogokan umum dan kerusakan
- 5) Kecelakaan diri pengemudi.
- 6) Kecelakaan diri penumpang.

c. Takaful kecelakaan diri

Menjamin resiko sebagai akibat kecelakaan yang bisa mengakibatkan sebagai berikut.

1. Jaminan A : meninggal dunia akibat kecelakaan

⁶⁵ Drs. H. abbas salim. 2007, M.A. *Asuransi dan manajemen risiko*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 15-16

2. Jaminan B : cacat tetap seluruh nya akibat kecelakaan
3. Jaminan C : penggantian biaya dokter, biaya pengobatan rumah sakit akibat kecelakaan

d. Takaful aneka

Memberikan perlindungan terhadap kerugian dan atau kerusakan sebagai akibat resiko-resiko yang tidak dapat di tutup pada polis-polis takaful yang telah ada.

Jaminan resiko asuransi takaful aneka antara lain :

- 1) Takaful penyimpanan uang
- 2) Takaful tanggung gugat
- 3) Takaful jaminan ke tidak jujuran
- 4) Takaful kebongkaran dan takaful lampu reklame

4. Produk-produk mega risk

Adalah produk-produk kerugian yang berdasarkan Syariah dimana tingkat resikonya sangat tinggi sehingga umumnya melebihi kapasitas reasuransi perusahaan dan dalam struktur perhitungan teknis nya cukup rumit, beberapa contoh produk mega risk yang akan saya jelaskan antara lain:

- a. Takaful kebakaran.
- b. Takaful rekayasa.
- c. Takaful pengangkutan.
- d. Takaful suretybon.
- e. Takaful rangka kapal.
- f. Takaful energi.
- g. Takaful tanjung gugat

5. Jenis dan produk yang dimiliki Asuransi Takaful Indonesia.

Pada awal berdirinya produk takaful paling sedikit harus memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga dapat menjadi alternatif produk asuransi konvensional yang telah ada. Sebagai contoh, pada PT Syariah takaful yang merupakan pelopor Asuransi Syariah di Indonesia, terdapat dua jenis asuransi yang disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku pada saat itu yaitu UUD No. 2 tahun 1992 yang terdiri atas PT asuransi Takaful Keluarga (ATK) dan PT Asuransi Takaful Umum (ATU).

Produk – produk yang dikeluarkan pada saat itu antara lain seperti berikut:

a. Takaful keluarga (asuransi jiwa)

Adalah bentuk asuransi syari'ahyang memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri peserta asuransi takaful,⁶⁶ produk takaful keluarga meliputi :

- 1) Takaful berencana.
- 2) Takaful pembiayaan (asuransi kredit)
- 3) Takaful pendidikan
- 4) Takaful dana haji
- 5) Takaful berjangka waktu 10 s/d 20 th⁶⁷
- 6) Takaful kecelakaan siswa
- 7) Takaful kecelakaan diri
- 8) Takaful khoirat keluarga

b. Takaful umum (asuransi kerugian)

Adalah bentuk asuransi syari'ah yang memberikan perlindungan finansial dalam menghadapi bencanaatau kecelakaan atas harta benda milik peserta takaful, seperti rumah bangunan dan sebagainya. Produk takaful umum meliputi:

- 1) Takaul kendaraan bermotor
- 2) Takaful kebakaran
- 3) Takaful kecelakaan diri
- 4) Takaful pengangkutan laut
- 5) Takaful rekayasa/ *engineering*

6. Mekanisme pengelolaan dana Asuransi Takaful.

a. Takaful keluarga

Pengelolaan dana asuransi syari'ah pada takaful keluarga terdapat dua macam sistem yang dipakai yaitu:

⁶⁶ Dewi Gemala SH, LL.M. 2006 , *Aspek dan hukum dalam perasuransi syariah dan peransuansian syari'ah di indonesia*, (Jakarta: Kencana), 212

⁶⁷ Purwa admadja SE.MPA.FIIS. 2005, *Asuransi syariah dan asuransi islam di indonesia*, (Jakarta: Kencana), 73

- 1) Sistem pengelolaan dana dengan unsur tabungan, dan
- 2) Sistem pengelolaan dana tanpa ada unsur tabungan.

Untuk aktifitas asuransi Asuransi Takaful keluarga yang tanpa unsur tabungan, mekanisme oprasional pengelolaan dananya sama saja dengan mekanisme oprasional takaful umum sebagaimana akan diterangkan kemudian. Sedangkan mekanisme oprasional pengelolaan dana pada asuransi takaful keluarga dengan unsur tabungan adalah seperti gambaran dibawah ini.

Setiap premi takaful yang telah diterima akan dimasukkan kedalam:

- 1) Rekening tabungan, yaitu rekening tabungan peserta
- 2) Rekening khusus/ *tabarru'*, yaitu rekening yang diniatkan derma dan digunakan untuk membayar klaim (manfaat takafull) kepada ahli waris, apabila ada dintara peserta yang ditakdirkan meninggal dunia atau mengalami musibah lainnya.

Premi takaful akan disatukan kedalam "kumpulan dana peserta" yang selanjutnya diinvestasikan dalam pembiayaan proyek yang dibenarkan secara Syariah. Keuntungan yang diperoleh dari investasi itu akan dibagikan sesuai dengan perjanjian *mudharobah* yang disepakati bersama misalnya 70% dari keuntungan tiap peserta dan 30% untuk perusahaan takaful.

Atas bagian keuntungan milik peserta (70%) akan ditambahkan kedalamrekening tabungan dan rekening khusus secara proposional. Rekening tabungan akan dibayarkan apabila pertanggungan berakhir atau mengundurkan diri dalam masa pertanggungan. Sedangkan rekening khusus akan dibayarkan apabila peserta meninggal dunia dalam masa pertanggungan atau pertanggungan berakhir (jika ada). Sedangkan bagian keuntungan milik perusahaan (30%) kan digunakan untuk membiayai oprasional perusahaan

b. Takaful umum.

Setiap premi takaful yang diterima akan dimasukkan dalam rekening khusus yaitu rekening yang diniatkan derma/ *tabarru'* dan digunakan untuk membayar klaim kepada peserta apabila terjadi musibah atas harta benda atau peserta itu sendiri.

Premi takaful akan dikelompokkan kumpulan dana peserta untuk kemudian diinvestasikan kedalam pembiayaan proyek yang dibenarkan secara Syariah. Keuntungan investasi yang diperoleh akan dimasukkan kedalam kumpulan dana peserta untuk kemudian dikurangi beban asuransi (klaim, premi asuransi). Bila terdapat kelebihan sisa akan dibagikan menurut prinsip mudharabah. Bagian keuntungan milik peserta akan dikembalikan peserta yang tidak mengalami musibah sesuai dengan penyertaannya. Sedangkan bagian keuntungan yang diterima perusahaan akan digunakan untuk membiayai operasional perusahaan.

C. Kesimpulan .

Produk-produk Asuransi syariah ada yang untuk individu ada ada pula untuk umum, sedangkan yang untuk individu ada yang unsur tabungan, artinya suatu produk yang diperuntukkan untuk perorangan dan dibuat secara khusus, dimana didalamnya selain mengandung *tabarru'* juga terdapat unsur tabungan yang dapat diambil kapan saja oleh pemiliknya. Produk-produk individu tanpa tabungan (*non saving*) adalah produk-produk Asuransi Syariah yang sifatnya individu dan didalam strukturnya tidak terdapat unsur tabungan atau semuanya bersifat *tabarru'* dana tolong menolong.

Produk kumpulan adalah produk yang didesain untuk dalam jumlah peserta relatif banyak dan dalam struktur produknya ada yang mengandung unsur tabungan (*saving*) dan ada yang tidak mengandung unsur tabungan.

D. BACAAN YANG DIANJURKAN.

- Antoto, Muhammad Syafi'i. 2001. *Asuransi syariah Syari'ah ddari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani
- Barlinti, Yeni Salman. 2010. *Kedudukan Fatwa Dewan Syariah Nasional (dalam system hukum nasional di Indonesia)*. Jakarta: Badai Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI
- Lubis, Surawardi K. 2000. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika
- Muhammad, Abdul Kadir. 1999. *Hukum Asuransi Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Mashudi. 1998. *Hukum Asuransi*. Bandung: CV. Mandar Maju
- Nasution, Musthofa Edwin. 2007. *pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana
- Rifki, Muhammad. 2008. *Akuntansi Keuangan Syariah (Konsep dan Implementasi PSAK Syariah)*. Yogyakarta:
- Sumitro, Warkum. 1996. *Asas - asas Perasuransi syariah Islam dan Lembaga - lembaga Terkait (MUI dan Takaful) di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sula, Muhammad Syakir. 2004. *Asuransi Syariah (Life and General)*. Jakarta: Gema Insani
- Wirduyaningsih. 2005. *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media
- Drs. H. Salim Abbas , M.A, *Asuransi Dan Menejemen Risiko*, 2007, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Dewi Gemala SH, LL.M, *Aspek Dan Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Peransuansian Syari'ah Di Indonesia*, 2006, Jakarta kencana
- Purwa admadja Se.Mpa.Fiis, *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*, 2005: Jakarta kencana

BAB IX

PROSPEK DAN TANTANGAN ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA

A. Pendahuluan.

Paradigma pembangunan ekonomi yang didominasi sistem ekonomi konvensional yang berbasis bunga telah menggurita, mewarnai seluruh aspek ekonomi dan keuangan masyarakat Islam. Ekonomi yang berbasis bunga tidak hanya dipraktekkan yang bernama asuransi syariah, tetapi juga mewarnai lembaga ekonomi dan keuangan non-asuransi syariah'

Salah satu lembaga ekonomi dan keuangan yang turut mewarnai pembangunan ekonomi masyarakat adalah lembaga asuransi. Seiring dengan lahirnya undang-undang perasuransi syariah yang mendukung yang mendukung eksisnya lembaga ekonomi dan keuangan Syariah, sejumlah individu yang peka terhadap permasalahan sosial ekonomi umat memberikan respon positif yang secara kreatif mengembangkan ide untuk berdirinya lembaga-lembaga keuangan Syariah bukan asuransi syariah seperti asuransi yang berbasis Syari'ah

B. Perkembangan Perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia

Banyak perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia yang telah mendapat izin operasional dari departemen Keuangan (Depkeu), dalam hal ini direktorat asuransi, baik yang berbentuk satu perusahaan penuh maupun yang berua cabang syariah.⁶⁸

Beriringan dengan perkembangan perusahaan Asuransi Syariah yang telah ada saat ini pada tanggal 14 Agustus 2003 yang lalu kemudian membentuk suatu wadah, perkumpulan atau Asosiasi, yaitu Asosiasi Asuransi Syari'ah Indonesia (AASI). AASI selain sebagai media komunikasi ssesama anggota, juga secara eksternal sebagai wadah resmi

⁶⁸ Kasmir, S.E.M.M. 2008. *Asuransi syariah Dan Lembaga Keuangan Lainnya*,

(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 54

untuk mewakili Asuransi Syariah, baik kepada pemerintah, legislatif, maupun keluar negeri. Hal ini terutama dalam rangka membangun kerjasama dengan lembaga-lembaga yang serupa di luar negeri yang juga menggunakan prinsip-prinsip Syariah.

AASI sebagai wadah tunggal Asuransi Syariah karena telah menyiapkan sertifikasi ahli Asuransi Syariah sebagaimana telah diatur dalam keputusan menteri keuangan (KMK) yang baru, bekerja sama dengan BPPK Depkeu, LPKG yayasan Artha Bhakti Depkeu, menyiapkan education program, yaitu certified islamic insurance specialist(CIIS).

Pada bulan April 2004 AASI telah memberikan fertifikasi ahli Asuransi Syariah kepada tujuh orang dengan gelar Profesional FIIS(Fellow Islamic Insurance Society), dan sekitar 20 ajun ahli Asuransi Syariah dengan gelar Profesional AIIS (Ajun Islamic Insurance Society).

C. Prospek Dan Tantangan Asuransi Syari'ah di Indonesia

Dengan landasan konsep, prinsip, dan tehnik dan mekanisme pengoperasionalannya yang berbeda dengan asuransi konvensional yang menggunakan basis bunga, prinsip Asuransi syari'ah dengan prinsip-prinsip islam yang bersifat universal, yakni tidak hanya diperuntukkan orang islam saja, melainkan untuk memenuhi hajat orang banyak tanpa tersekat oleh ideologi dan keyakinan.⁶⁹

1. Kekuatan (*strength*)

Asuransi Syariah sebagai lembaga keuangan yang relatif baru, memiliki daya tarik tersendiri terhadap masyarakat tentang apa dan bagaimana sesungguhnya Asuransi Syariah. Daya tarik tersendiri inilah yang terkandung didalam dirinya hal-hal positif yang sangat diperlukan oleh manusia dan karena memang mencerminkan watak dasar manusia sebagai mahluk fitrah, condong kepada kebaikan dan kebenaran. Kebaikan dan kebenaran yang terkandung dalam

⁶⁹ Muhammad Syakir, sula,AAIJ,FIIS. 2004. *Asuransi syari,ah(life and general):konsep dan sistem operasional*, (Jakarta: Gema insani), 187-201

operasional Asuransi Syariah terletak pada dua aspek penting, yaitu aspek kemanusiaan dan aspek *ilahiah* (semangat keagamaan) atau aspek material dan spiritual.

Aspek kemanusiaan terdapat dengan keberadaan lembaga Asuransi Syariah yang bermotifkan prinsip *ta'awun* (saling membantu) orang yang kesulitan. Sedangkan aspek kedua (spiritual) terkait erat dengan aspek yang pertama dimana manusia dalam memenuhi hajatnya tidak disesuaikan dengan selera subjektifnya, misalnya menganggap halal sesuatu yang diharamkan oleh aturan Syari'ah (agama). Demikian pula pemilik modal tidak memanfaatkan kesempatan diatas penderitaan orang lain dengan cara membungakan uang.

Dengan dua aspek tersebut, asuransi syari'ah memiliki prospek yang sangat luas, khususnya di Indonesia, dengan beberapa alasan, yaitu :

- a. Asuransi syari'ah hadir tidak hanya menjadi instrumen untuk memenuhi kebutuhan bagi umat Islam saja, akan tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan bagi non muslim.
 - b. Memiliki peluang pasar yang besar, terutama bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, yang memiliki emosionalitas keagamaan yang tinggi.
 - c. Memiliki jaringan kerja sama dengan lembaga keuangan Islam seperti asuransi syariah Muamalat dan lembaga-lembaga keuangan lainnya.
2. Kelemahan (weakness).

Di sisi lain Asuransi Syariah mempunyai beberapa kelemahan di antaranya:

- a. Berprasangka baik kepada seluruh nasabahnya dan berasumsi bahwa semua orang yang terlibat dalam perjanjian bagi hasil adalah jujur dapat menjadi bumerang karena Asuransi syariah akan menjadi sasaran empuk bagi mereka yang beritikad tidak baik. Contoh : Pinjaman mudharabah yang diberikan dengan system bagi hasil akan sangat bergantung kepada kejujuran dan i'tikad baik nasabahnya. Bisa saja nasabah melaporkan keadaan usaha tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Misalnya suatu usaha

yang untung dilaporkan rugi sehingga Auransi tidak memperoleh bagian laba.

- b. Memerlukan perhitungan-perhitungan yang rumit terutama dalam menghitung biaya yang dibolehkan dan bagian laba nasabah yang kecil-kecil. Dengan demikian kemungkinan salah hitung setiap saat dapat terjadi sehingga diperlukan kecermatan yang lebih besar.
 - c. Karena membawa misi bagi hasil yang adil, maka Auransi syari'ah lebih banyak memerlukan tenaga-tenaga professional yang handal. Kekeliruan dalam menilai kelayakan proyek yang akan dibiayai dengan system bagi hasil mungkin akan membawa akibat yang lebih berat dari pada yang dihadapi dengan cara konvensional yang hasil pendapatannya sudah tetap dari bunga (interest).
 - d. Karena Auransi Syari'ah belum dioperasikan di Indonesia, maka kemungkinan disana sini masih diperlukan perangkat peraturan pelaksana untuk pembinaan dan pengawasannya. Masalah adaptasi system pembukuan dan akuntansi Auransi syari'ah terhadap system pembukuan dan akuntansi yang telah baku, termasuk hal-hal yang perlu dibahas dan diperoleh kesepakatan bersama. Dengan mengenali kelemahan-kelemahan ini maka ada kewajiban kita semua untuk memikirkan bagaimana mengatasinya dan menemukan penangkalnya.
3. Peluang (opportunity)

Dari sisi peluang, asuransi syari'ah memiliki jaringan kerja (*networks*) yang luas, yang ditandai dengan:

- a. Kemitraan dengan lembaga keuangan Syari'ah lainnya,
- b. Aktivitas ekonomi yang terus-menerus dinamis sangat mendukung keberadaan Asuransi Syariah.
- c. Masyarakat Indonesia khususnya yang beragama Islam, masih banyak yang menganggap bahwa menerima dan atau membayar bunga adalah

termasuk menghidup suburkan riba yang dilarang agama Islam

Dengan melihat dari mekanisme Asuransi Syariah kita dapat menyimpulkan bahwasanya Asuransi Syariah mempunyai peluang yang besar karena menggunakan sistem operasional yang terbuka dan jelas sehingga tidak ada unsur *gharar*, *maisir* dan riba karena menggunakan sistem bagi hasil. Dari sisi manfaatnya peluang itu akan terlihat karena kita tidak akan tahu apa yang akan terjadi di masa depan sehingga menuntut seseorang maupun perusahaan untuk mengantisipasi resiko yang akan terjadi di masa yang akan datang dengan menggunakan jasa asuransi."

4. Tantangan / ancaman (*treatment*).

Sebagai lembaga yang beroperasi atas dasar prinsip Syariah, Asuransi Syariah sudah barang tentu menghadapi berbagai tantangan. Tantangan utama yang akan dihadapi oleh lembaga ini adalah:

- a. Dipahami sebagai eksklusivisme agama sehingga ada pihak yang akan menghalangi perkembangan Asuransi Syariah,
- b. Sebagian masyarakat beranggapan bahwasanya tidak ada perbedaan antara bagi hasil dan bunga atau ganti baju dari sistem bunga,
- c. Sulitnya mengubah kebiasaan masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem bunga,
- d. Merasa terusik kenikmatannya terutama bagi mereka yang cenderung mempertahankan status quo yang telah dinikmatinya selama puluhan tahun.
- e. Lembaga asuransi konvensional melakukan langkah-langkah strategis dalam pengembangan dan pemasaran, guna merebut pasar Asuransi Syariah.

D. Kesimpulan

Darai uraian diatas sangat jelas bahwasanya asuransi konvensional sangat berbeda dengan Asuransi Syariah, karena pada dasarnya Asuransi Syariah harus beroperasi sesuai dengan prinsip syariat islam diantaranya dengan cara menghilangkan sama sekali kemungkinan terjadinya unsur-unsur *gharar*, *maisir* dan riba. Asuransi Syariah yang

terdapat di Indonesia memiliki beberapa prospek serta tantangan yang harus dihadapi diantara tantangannya yaitu: Anggapan masyarakat bahwasanya tidak ada perbedaan antara bagi hasil dan bunga atau ganti baju dari sistem bunga, Sulitnya mengubah kebiasaan masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem bunga.

Sedangkan prospek yang terdapat pada Asuransi Syariah di Indonesia yaitu : kekuatan dan peluang pasar yang besar, yaitu jumlah penduduk Indonesia yang bergama Islam.

E. BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN

- Akhyar,M,Adnan,MBA,Ak.Ph.D. 2005. *Akutansi Syariah: Arah, Prospek, dan Tantngannya*. Yogyakarta. UII Pers Yogyakarta (IKAPI).
- Dewi, Gemala,S. H,LL.M. 2005. *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Perasuransian Syari'ah Di Indonesia*. Jakarta. Kencana.
- Kasmir, S.E.M.M. 2008. *Asuransi syariah Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta. pT Raja Grafindo Persada.
- Mashudi SH,dan Moch. Chidir Ali,SH(Alm). 1998. *Hukum asuransi*. Bandung. Mandar Maju.
- Muhammad. 2007. *Lembaga Ekonomi Syari'ah*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- Muhammad, Abdul Kadir, SH.1999. *hukum asuransi Indonesia*. Bandung. PT Citra Aditya Bhakti.
- Sumitro, Warkum,SH,MH. 2002. *Asas-Asas Perasuransi syariah Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMI & Takafful) di Indonesia*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Triandaru,Sigit, dan Totok Santoso. 2006. *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan Lain edisi dua* . Jakarta. Salemba Empat.
- Muhammad Syakir, sula,AAIJ,FIIS. 2004. *Asuransi syari,ah(life and general):konsep dan sistem operasional*. Jakarta. Gema insani.
- Wirduyaningsih,SH,MH.2005. *Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia*. Jakarta. Kencana.

BAB X

PEMASARAN ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan

Perubahan dunia yang begitu cepat telah memaksa para pengelola Asuransi Syariah berpikir keras agar tetap eksis di dunianya. Perubahan ini diakibatkan oleh berbagai sebab seperti pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, baik teknologi mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi mesin misalnya telah mampu mengubah mutu produk, mulai dari kemasan sampai pada isinya semaki menarik dan kompetitif.⁷⁰

Begitu pula dengan teknologi informasi dan telekomunikasi yang berkembang dalam hitungan detik. Dunia yang begitu luas dan terkotak-kotak dalam beberapa bagian menjadi menyatu seolah tanpa batas menebus belahan dunia lainnya. Kejajdian di dunia lain secepat itu dapat diketahui bagian dunia lainnya yang juga dalam waktu sekejap mata.

Akibat perubahan teknologi begitu cepat berimbas juga kepada perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang masuk dari berbagai sumber, dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai masyarakat sekelipun dipelosok pededaan yang terpencil. Imbas yang paling nyata adalah masyarakat begitu cepat pandai dalam memilih produk yang disukai dengan membanding-bandingkan antara produk yang sejenis, tentu saja dalam arti yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Cepatnya informasi yang masuk akibat majunya teknologi sektor informasi seperti televisi, radio, koran atau majalah telah menjadikan masyarakat semakin cerdas, masyarakat sudah sulit untuk dibohongi, Dampak lain bagi pengelola Asuransi Syariah adalah ketatnya persaingan antar

⁷⁰ Kasmir. 2004, *Manajemen perbakan*, (Jakarta: PT Garasindo persada), 163

pengelola Asuransi untuk memanfaatkan kemajuan teknologi ini. pengelola Asuransi Syariah berusaha dengan sekuat tenaga untuk merebut nasabah pesaingnya. Siapa cepat dia dapat atau nasabah harus dikejar dan direbut bukan ditunggu, demikian istilah berbagai pengelola Asuransi Syariah yang ikut meramaikan dunia persaingan. Oleh karena itu kemajuan teknologi ini dimanfaatkan sebesar-besarnya untuk merebut hati nasabah agar menggunakan lembaga asuransi yang dikelolanya.

Dalam memasarkan produknya, pengelola Asuransi Syariah harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasaran harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan. Dalam hal ini pengelola Asuransi Syariah harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah secara tepat waktu. Disamping itu, pengelola Asuransi Syariah harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing. pengelola Asuransi Syariah juga harus pandai menarik minat dan merayu konsumen untuk terus membeli dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi.⁷¹

Asuransi Syariah sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan, produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan perusahaan Asuransi. Produk yang ditawarkan, kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien. Sebagai contoh untuk melakukan pengiriman uang (transfer) dapat dilakukan pada saat itu juga dengan sistem on line komputer. Padahal sebelumnya, untuk mengirim uang dari satu perusahaan asuransi ke lokasi lainnya memerlukan waktu beberapa hari. Demikian juga dalam hal penagihan premi waktu yang dibutuhkan menjadi lebih cepat.

Dampak negatifnya adalah tingginya biaya untuk membeli teknologi tersebut. Belum lagi masalah keamanan

⁷¹ Ibd, 165

menjadi prioritas utama. Oleh karena itu dalam era teknologi yang berkembang demikian cepat ini saatnya pengelola Asuransi Syariah menjemput bola dengan mengejar nasabah bukan menunggu nasabah seperti zaman dulu. Kemudian pengelola Asuransi Syariah juga harus pandai membaca keinginan dan kebutuhan nasabahnya melalui berbagai cara seperti melalui riset pemasaran. Tanpa riset pemasaran yang handal jangan harapkan pengelola Asuransi Syariah dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya secara tepat. Bahkan bukan tidak mungkin pengelola Asuransi Syariah akan ketinggalan informasi dibandingkan dengan pengelola Asuransi pesaing.

Dalam melakukan pemasaran, pengelola Asuransi Syariah memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai, artinya nilai penting pemasaran Asuransi Syariah asuransi syariah terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut maka pengelola Asuransi Syariah perlu:

1. Menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.
2. Memberikan nilai lebih terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing
3. Menciptakan produk yang memberikan keuntungan dan keamanan terhadap produknya.
4. Memberikan informasi yang benar-benar dibutuhkan nasabah dalam hal keuntungan pada saat dibutuhkan
5. Memberikan pelayanan yang maksimal mulai dari calon nasabah menjadi nasabah Asuransi Syariah yang bersangkutan.
6. Berusaha menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah Asuransi Syariah.
7. Berusaha untuk mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik dari segi jumlah maupun kualitas nasabah.⁷²

⁷² 166.

Untuk mencapai sasaran tersebut maka setiap pengelola Asuransi Syariah asuransi syariah harus memulai melakukan perencanaan pemasaran secara baik. Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah, maka pengelola Asuransi Syariah perlu melakukan riset pemasaran dan memiliki sistem informasi pemasaran yang baik. Dengan melakukan riset pemasaran paling tidak dapat diketahui keinginan dan kebutuhan nasabah. Riset ini juga dilakukan untuk mengetahui apa-apa yang sudah dilakukan pesaing, sehingga pengelola Asuransi Syariah dapat menawarkan hal yang berbeda. Riset pemasaran dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui data primer maupun data sekunder.

Dengan demikian, pengelola Asuransi Syariah dapat menciptakan produk yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah, disamping itu pengelola Asuransi Syariah juga harus dapat mengetahui lingkungan pemasaran. Lingkungan pemasaran akan sangat berpengaruh terhadap pemasaran yang akan dijalankan. Lingkungan pemasaran terdiri dari lingkungan interen dan lingkungan eksteren. Dengan mengetahui lingkungan pemasaran maka dengan mudah pengelola Asuransi Syariah akan dapat menentukan langkah selanjutnya.

Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhi mempermudah asuransi syariah untuk melakukan strategi guna merebut hati nasabah. Strategi yang dilakukan meliputi penentuan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan lay out dan strategi promosi. Strategi ini kita kenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*).

Dalam strategi produk misalnya pengelola Asuransi Syariah harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Atau pengelola Asuransi Syariah dapat menciptakan produk baru. Strategi produk biasanya dimulai dari penciptaan logo dan moto yang dibuat semenarik mungkin. Kemudian menciptakan merek terhadap produk yang ditawarkan.

Strategi harga adalah bagaimana pengelola Asuransi Syariah menetapkan harga produknya. Harga bagi asuransi konvensional adalah peremi bunga. Harga tersebut terdiri

dari harga beli (kalaim) dan harga jual (premi) Selisih dari harga jual dan harga beli ini merupakan keuntungan p Asuransi Syariah dan kita kenal dengan nama *spread based*. Disamping itu pengelola Asuransi Syariah dapat pula menentukan harga berdasarkan beban atau biaya yang harus ditanggung nasabah seperti biaya administrasi dan premi. Untuk menentukan harga pengelola Asuransi Syariah dapat menggunakan beberapa metode dan penggunaan masing-masing metode tergantung Asuransi Syariah yang bersangkutan.

Strategi lokasi dan lay out bagi pengelola Asuransi Syariah adalah bagaimana menentukan lokasi dan lay out suatu cabang Asuransi Syariah. Pertimbangan penentuan lokasi biasanya mengarahkan dekat dengan masyarakat atau pasar atau pusat industri. Sedangkan strategi penentuan lay out adalah strategi mengenai rata letak gedung dengan segala sarana dan prasarana yang dimiliki. Lay out juga dilakukan terhadap ruangan yang akan digunakan dengan menggunakan berbagai cara.

Kemudian strategi promosi terhadap produk yang ditawarkan kepada nasabah baru atau calon nasabah. Promosi juga dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama. Promosi dapat dilakukan dengan cara melalui iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi. Bagi Asuransi Syariah penjualan pribadi dilakukan melalui seluruh karyawan Asuransi Syariah merupakan salah satu promosi yang terbaik. Secara khusus penjualan pribadi dapat dilakukan melalui petugas Costomer Services sebagai ujung tombak asuransi syariah.

Guna menerapkan strategi ini pengelola Asuransi Syariah harus terlebih dulu melakukan analisis pesaing. Analisis ini dijalankan untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan pesaing disamping untuk melihat peluang dan serta ancaman yang mungkin akan timbul baik sekarang atau dimasa yang akan datang.

B. Pengertian Pemasaran Asuransi Syariah

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan

suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.⁷³

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Dalam praktiknya terdapat beberapa tujuan suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan pemasaran antara lain:

1. Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
2. Dalam rangka memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
3. Dalam rangka memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.
4. Dalam rangka meningkatkan penjualan dan laba.
5. Dalam rangka ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.

Sebelumnya kegiatan pemasaran hanya dilakukan oleh perusahaan yang berorientasi profit saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli perusahaan yang berorientasi profit, bahkan badan usaha sosialpun sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.

Bagi perusahaan Asuransi Syariah yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi. Oleh karena itu bagi Asuransi Syariah perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-

⁷³ Philip Kotler. 1989, *Manajemen pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), 5

menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran Asuransi Syariah yang profesional inilah yang kita sebut dengan manajemen pemasaran Asuransi Syariah.

Ada beberapa definisi mengenai pemasaran diantaranya adalah:

1. Philip Kotler (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
2. Menurut Philip Kotler dan Amstrong pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.
3. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang- barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.

Secara umum pengertian manajemen pemasaran Asuransi Syariah adalah:⁷⁴

Suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian dari kegiatan menghimpun premi dan membayar klaim dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasami Asuransi Syariah merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan(para nasabahnya terhadap produk dan jasa Asuransi Syariah. Penyediaan keinginan dan kebutuhan produk Asuransi Syariah ini harus dilakukan melalui perencanaan yang matang, baik untuk perencanaan jangka pendek maupun jangka panjang. Selanjutnya dilaksanakan oleh pengelola Asuransi Syariah yang profesional. Kemudian perlu

⁷⁴ Kasmer. 2004, *Pemasaran bank*, (Jakarta: Prenada Media), 59

dilakukan pengawasan dan pengendalian secara terus-menerus agar tidak menyimpang dari yang sudah direncanakan. Pada akhirnya kegiatan pemasaran Asuransi Syariah diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah serta juga akan memberikan kepuasan kepada para nasabahnya.

Pengertian kebutuhan manusia (nasabah) adalah suatu keadaan dimana dirasakan tidak ada dalam diri seseorang, seperti kebutuhan rasa aman. Dalam praktiknya kebutuhan Asuransi Syariah adalah sebagai berikut:

1. Ingin memperoleh pelayanan yang cepat.
2. Ingin agar Asuransi Syariah dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.
3. Ingin memperoleh komitmen Asuransi Syariah.
4. Ingin memperoleh pelayanan yang bermutu (cepat dan memuaskan).
5. Ingin memperoleh kepuasan.
6. Ingin dihargai dan dihormati.
7. Ingin memperoleh perhatian.
8. Ingin memperoleh status /prestise.
9. Ingin memperoleh klaim.
10. Ingin memperoleh keamanan dari setiap transaksi yang berhubungan dengan Asuransi Syariah.

Sedangkan produk Asuransi Syariah adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk Asuransi Syariah terdiri dari produk asuransi umum dan asuransi keluarga dan jasa-jasa Asuransi Syariah lainnya.

C. Tujuan Pemasaran Asuransi Syariah

Setiap tindakan yang dilakukan apakah oleh perusahaan atau badan usaha tentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai

dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.⁷⁵

Sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran Asuransi Syariah adalah untuk:

1. Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan oleh Asuransi Syariah secara berulang-ulang.
2. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti Asuransi Syariah menyediakan berbagai jenis produk Asuransi Syariah sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

D. Konsep-Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep pemasaran di mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Ada lima konsep dalam pemasaran di mana setiap konsep dapat dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan.⁷⁶

⁷⁵ Ibid, 66.

Adapun konsep-konsep yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi. Konsep ini merupakan salah satu falsafah tertua yang menjadi penuntun para penjual dan merupakan konsep yang menekankan kepada volume produksi yang seluas-luasnya dengan harga serendah mungkin.

2. Konsep Produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu perusahaan harus mencurahkan upaya terus-menerus dalam perbaikan produk. Konsep ini menimbulkan adanya *Marketing Nyopia* (pemandangan yang dangkal terhadap pemasaran). Konsep produk merupakan konsep yang menekankan kepada kualitas, penampilan dan ciri-ciri yang terbaik.

3. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh. Konsep ini biasanya diterapkan pada produk-produk asuransi, ensiklopedia, juga untuk lembaga nirlaba seperti partai politik (parpol). Dalam konsep ini kegiatan pemasaran ditekankan lebih agresif melalui usaha-usaha promosi yang gencar.

4. Konsep pemasaran

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih

⁷⁶ Tim Marknesis. 2009, *Pemasaran: strategi, taktik dan kasus*, (Jakarta: Marknesisi), 107

efisien dari yang dilakukan pesaing.

Menurut Philip Kotler konsep ini menekankan ke dalam beberapa pengertian di bawah ini:

- a. Menemukan keinginan pelanggan dan penuhi keinginan tersebut.
- b. Membuat apa yang anda dapat jual dari pada menjual apa yang anda buat
- c. Mencintai pelanggan
- d. Adalah yang menentukan
- e. Berhenti memasarkan produk yang dapat anda buat dan mencoba membuat produk yang dapat anda jual.

5. Konsep pemasaran

Menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para, pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.⁷⁷

6. Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan, dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Bagi dunia perusahaan Asuransi Syariah konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan benar-benar harus diperhatikan. Tujuan adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh Asuransi Syariah.

Terdapat beberapa perbedaan antara konsep penjualan dengan konsep pemasaran yaitu sebagai berikut:

⁷⁷ Ibid, 135.

No		<i>Konsep Penjualan</i>	<i>Konsep Pemasaran</i>
1	Sasaran	Pabrik	Pasar
2	Fokus	Produk yang ada	Kebutuhan Pelanggan
3	Sarana	Penjualan dan promosi	Pemasaran terpadu
4	Tujuan akhir	Laba melalui volume penjualan	Laba melalui Kepuasan pelanggan

E. Pengertian Lingkungan Pemasaran Asuransi Syariah

Dalam merencanakan dan menjalankan kegiatan pemasaran Asuransi Syariah juga sama dengan kegiatan pemasaran di perusahaan lainnya. Salah satunya adalah harus memperhatikan lingkungan pemasaran. Lingkungan pemasaran ini sangat menentukan strategi yang akan dijalankan, karena lingkungan pemasaran sangat mempengaruhi sukses tidaknya kegiatan pemasaran yang akan dijalankan nantinya.

Lingkungan pemasaran diartikan sebagai kekuatan yang ada di dalam dan di luar perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan produk-produk Asuransi Syariah yang ada. Lingkungan pemasaran juga diartikan sebagai kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi-transaksi yang berhasil dengan pelanggan sasarnya.

Lingkungan pemasaran Asuransi Syariah dibagi menjadi dua yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro adalah kekuatan yang dekat dengan Asuransi Syariah yang mempengaruhi kemampuan Asuransi Syariah yang bersangkutan dalam melayani para pelanggannya. Komponen-komponen lingkungan mikro adalah sebagai berikut:

- a. Manajemen Asuransi Syariah itu sendiri.
- b. Pemasok.
- c. Perantara pemasaran Asuransi Syariah.
- d. Nasabah
- e. Pesaing
- f. Publik

Lingkungan makro merupakan kekuatan yang lebih luas dari lingkungan mikro yang mempengaruhi Asuransi Syariah secara keseluruhan. Komponen-komponen lingkungan makro adalah sebagai berikut:

- a. Lingkungan demografis
- b. Lingkungan ekonomis
- c. Lingkungan alam
- d. Lingkungan teknologi
- e. Lingkungan politik, dan undang-undang
- f. Lingkungan kultural

Penjelasan masing-masing komponen akan diuraikan berikut ini:

1). Lingkungan Mikro

a) Manajemen Asuransi syariah itu sendiri

Maksudnya adalah kemampuan dari masing-masing fungsi manajemen yang ada di dalam Asuransi Syariah untuk bekerja sama. Misalnya divisi atau bagian atau departemen keuangan, pemasaran, operasi dan sumber daya manusia yang ada di Asuransi Syariah tersebut. Kerja sama yang baik akan sangat berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan, demikian pula sebaliknya. Artinya masing-masing fungsi saling mendukung kegiatan pemasaran yang dijalankan.

b) Pemasok

Merupakan perusahaan yang menyediakan sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan maupun pesaing untuk menghasilkan barang dan jasa, seperti peralatan, tenaga kerja, bahan baku, bahan bakar atau listrik.

c) Perantara Pemasaran

Merupakan perusahaan yang membantu perusahaan mempromosikan, menjual dan mendistribusikan barang-barang ke pembeli akhir, seperti perusahaan distribusi, biro jasa pemasaran dan perantara keuangan.

d) Nasabah (konsumen)

Merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh Asuransi Syariah. Jenis-jenis nasabah

(pelanggan) terdiri dari:

1. Pasar konsumen, yaitu konsumen rumah tangga dan perorangan yang membeli produk Asuransi Syariah untuk konsumsi pribadi, misalnya tabungan perorangan.
2. Pasar industri merupakan organisasi yang membeli produk digunakan dalam proses produksi industri
3. Pasar pemerintah merupakan badan pemerintah seperti departemen atau BUMN yang membeli produk yang ditawarkan Asuransi Syariah.
4. Pasar reseller: organisasi yang membeli barang dan jasa untuk dijualnya kembali dengan mendapatkan laba.
5. Pasar internasional merupakan pembeli yang berasal dari luar negeri seperti konsumen, produsen, reseller dan pemerintah asing.

e) Pesaing⁷⁸

Pesaing Asuransi Syariah merupakan lawan perusahaan kita yang memproduksi atau menjual barang yang sejenis di wilayah tertentu. Pesaing terdiri dari pesaing yang sama atau sejenis yaitu perusahaan Asuransi dan pesaing yang jauh atau pesaing yang menjual produk yang mirip dijual oleh produk Asuransi Syariah seperti lembaga keuangan lainnya.

f) Publik

Merupakan kelompok manapun yang mempunyai minat nyata atau minat potensial atau dampak terhadap kemampuan sebuah organisasi mencapai sasarannya. Publik terdiri dari;

- 1) Publik asuransi, merupakan publik yang mempengaruhi perusahaan untuk memperoleh dana seperti Asuransi Syariah atau lembaga keuangan lainnya.
- 2) Publik media, merupakan organisasi yang memberikan layanan berupa liputan berita seperti surat kabar, majalah, televisi, radio atau media

⁷⁸ Kasmir, *Manajemen perbankan*, 175

lainnya

- 3) Publik pemerintah
- 4) Publik umum
- 5) Publik lokal, merupakan masyarakat yang ada disekitar lokasi Publik interen, merupakan karyawan perusahaan yang bersangkutan yang terlibat.

2. Lingkungan Mikro

a. Lingkungan Demografis

Merupakan lingkungan yang menyangkut kependudukan seperti jumlah penduduk, kepadatan penduduk disuatu wilayah, lokasi penduduk, usia penduduk, jenis kelamin, pendidikan dan pergeseran penduduk dari suatu wilayah ke wilayah lain seperti urbanisasi.

b. Lingkungan Ekonomis

Merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi daya beli dan pola pembelanjaan konsumen. Daya beli ini diukur dari tingkat pendapatan masyarakat dan perkembangan tingkat harga-harga umum. yang menyebabkan perubahan daya beli adalah perubahan pendapatan, dan perubahan harga-harga di pasar.

c. Lingkungan Alam

Merupakan sumber daya alam yang dibutuhkan seperti kebutuhan bahan baku, biaya energi, tingkat polusi. Pengaruhnya adalah kekurangan bahan baku, meningkatnya biaya energi, meningkatnya tingkat polusi, campur tangan pemerintah dalam lingkungan sumber daya alam.

d. Lingkungan teknologi

Merupakan kekuatan-kekuatan yang menciptakan teknologi baru, menciptakan inovasi baru melalui pengembangan produk baru serta mampu menangkap peluang-peluang yang ada. Lingkungan teknologi juga diukur melalui laju pertumbuhan penelitian dan pengembangan (litbang) dan tingginya anggaran litbang.

e. Lingkungan Politik dan undang-undang yang mengawasi perusahaan seperti badan pemerintah, kelompok penekan yang mempengaruhi dan membatasi ruang

gerak organisasi dan individu dalam suatu masyarakat seperti tumbuhnya lembaga swadaya masyarakat (LSM).

f. Lingkungan Kultural

Merupakan lembaga-lembaga atau kekuatan lain yang mempengaruhi nilai di masyarakat seperti persepsi, preferensi dan perilaku masyarakat

F. Sistem Informasi Pemasaran Dan Riset Pemasaran

Bagi perusahaan Asuransi Syariah sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran sangat besar peranannya dalam mencapai tujuan pemasaran Asuransi Syariah. Dengan adanya sistem informasi yang baik akan memudahkan Asuransi Syariah mengumpulkan dan menyaring informasi yang berkembang di luar Asuransi Syariah. Demikian pula dengan adanya riset pemasaran yang dijalankan dan dikembangkan akan sangat memudahkan Asuransi Syariah untuk merencanakan kegiatan pemasarannya. Pengelola Asuransi Syariah dengan mudah dapat mengetahui setiap gejala yang terjadi di masyarakat, sehingga Asuransi Syariah juga dapat menyesuaikan dengan perubahan keinginan dan kebutuhan masyarakat.⁷⁹

Adanya sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran yang baik pengelola Asuransi Syariah dapat memantau kegiatan yang dijalankan oleh para saingannya, dan hal ini juga memudahkannya dalam menyusun strategi melawan pesaing atau paling tidak berusaha mengimbangi setiap kegiatan yang dilakukan oleh pesaing.

Sistem informasi pemasaran dan riset pemasaran dirancang untuk memenuhi informasi yang ingin diperoleh manajer. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam sistem informasi pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Menilai kebutuhan informasi

Merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan informasi pemasaran seperti informasi apa yang diinginkan dan informasi apa yang patut diberikan oleh pengelola Asuransi Syariah

⁷⁹ Roni kontor. 2008, *Mengenai riset pemasaran*, (Jakarta: PPM), 19

2. Mengembangkan Informasi melalui:
 - a. Catatan interen, merupakan informasi yang diperoleh dari catatan yang dibuat pihak bagian pemasaran sehari-hari dan merupakan informasi untuk membuat keputusan.
 - b. Intelijen pemasaran, merupakan informasi yang diperoleh dari lingkungan pemasaran sehari-hari guna membantu manajer menyusun serta menyesuaikan rencana pemasaran. Pengumpulan data intelijen diperoleh dari pelamar perusahaan pesaing, nasabah yang memiliki hubungan dengan perusahaan pesaing, bahan penerbitan dan dokumen publikasi, mengamati pesaing atau menganalisis faktor-faktor fisik. .
 - c. Riset pemasaran, yaitu perusahaan sengaja mengadakan riset tentang pemasaran yang diinginkan.

3. Mendistribusikan informasi kepada bagian-bagian atau divisi yang membutuhkan sehingga dapat dijalankan dengan sebaik-baiknya.

Selanjutnya untuk melakukan riset pemasaran dilakukan melalui tahapan-tahapan tertentu. Tujuannya adalah agar hasil riset diperoleh benar-benar dapat dipercaya. Tahapan dalam riset pemasaran ini kita kenal dengan nama proses riset pemasaran. Tahapan dalam riset pemasaran dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Menetapkan masalah yang dihadapi dan tujuan pemasaran Asuransi Syariah yang akan dijalankan nantinya.
- b. Mengembangkan rencana riset yang akan dilakukan dengan Cara:
 1. Menentukan kebutuhan informasi yang spesifik
 2. Mengumpulkan informasi sekunder melalui sumber-internal, publikasi pemerintah, majalah, buku-buku dan data komersil
 3. Mengumpulkan informasi primer (melalui wawancara, observasi dan kuisioner)
 4. Mengimplementasikan rencana riset yang sudah disusun
 5. Menginterpretasikan dan melaporkan hasil riset yang telah dilakukan
 6. Analisis informasi yang sudah diperoleh

7. Mendistribusikan informasi kepada berbagai pihak yang berkepentingan terhadap hasil riset yang dilakukan.

Dalam melakukan riset pemasaran kita perlu tahu jenis-jenis riset yang dapat dilakukan. Penentuan jenis riset yang digunakan dengan berbagai pertimbangan sesuai dengan keinginan dan tujuan pemasaran yang akan dilakukan. jenis-jenis riset yang dapat dilakukan adalah:

1. Riset periklanan, terdiri dari:
 - a. riset motivasi
 - b. riset media
 - c. riset efektif iklan
 - d. dan riset strategi bersaing.
2. Riset perusahaan dan ekonomi bisnis yang terdiri dari:
 - a. Riset kecenderungan usaha
 - b. Riset penetapan harga
 - c. Riset lokasi cabang
 - d. Riset perolehan
 - e. Riset ekspor dan internasional
 - f. Riset operasi
 - g. Riset interen perusahaan
3. Riset tanggung jawab perusahaan yang terdiri dari:
 - a. Riset hak mengetahui konsumen
 - b. Riset dampak ekologi
 - c. Riset studi hambatan hukum terhadap iklan dan promosi
 - d. Riset nilai dan kebijakan social
4. Riset Produk antara-lain:
 - a. Penerimaan dan potensi produk Asuransi Syariah
 - b. Riset produk-yang kompetitif
 - c. Pengujian produk yang ada
 - d. Riset kemasan dan ciri khas desain
5. Riset penjualan dan pasar terdiri dari:
 - a. Pengukuran potensi pasar
 - b. Analisis market share
 - c. Penentuan ciri khas pasar
 - d. Analisis penjualan
 - e. Penentuan kuota dan wilayah penjualan

- f. Riset jalur distribusi
- g. Tes pasar dan audit toko
- h. Riset kompensasi penjualan riser promosi

G. Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran Dan Penentuan Posisi Pasar

Segmentasi pasar merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau ramuan pemasaran tersendiri. Asuransi Syariah dalam menjual produknya ke nasabah membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai dengan kriteria yang mereka inginkan.⁸⁰

Segmentasi pasar perlu dilakukan mengingat didalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan segmentasi terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan. Dalam praktiknya segmentasi pasar terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Setiap segmen memiliki variabel tertentu, namun pada dasarnya variabel yang digunakan tidak jauh berbeda.

Variabel utama untuk melakukan segmentasi pasar konsumen terdiri dari berbagai sudut pandang seperti:

1. Segmentasi berdasarkan Geografik yaitu:
 - a. jenis bangsa
 - b. propinsi
 - c. kabupaten
 - d. atau kecamatan
2. Segmentasi berdasarkan Demografik yaitu:
 - a. Golongan umur
 - b. Jenis kelamin
 - c. Ukuran keluarga
 - d. Daur hidup keluarga
 - e. Pendapatan

⁸⁰ Tim Marknesisi, *Pemasaran*, 87-101

- f. Pekerjaan
 - g. Pendidikan
 - h. Agama
 - i. Ras
 - j. Kebangsaan
 - k. Tingkat sosial
3. Segmentasi berdasarkan Psikografik yaitu:
 - a. Kelas sosial
 - b. Gaya hidup
 - c. Karakteristik kepribadian
 4. Segmentasi berdasarkan Perilaku
 - a. Pengetahuan
 - b. Sikap
 - c. Kegunaan
 - d. Tanggap terhadap suatu produk.

Sedangkan variabel untuk melakukan segmentasi pasar industrial adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi berdasarkan Demografik yaitu:
 - a. Jenis industri
 - b. Ukuran perusahaan
 - c. Lokasi perusahaan
2. Karakteristik Pengoperasian yaitu:
 - a. Teknologi yang difokuskan,
 - b. Status pengguna (berat, sedang atau ringan)
 - c. Gaya hidup
 - d. Karakteristik kepribadian
3. Pendekatan Pembeli yaitu:
 - a. Organisasi berfungsi pembeli
 - b. Sifat hubungan yang ada
 - c. Kebijakan pembelian umum
 - d. Kriteria pembeli
4. Karakteristik Personil Industri yaitu:
 - a. Kesamaan pembeli
 - b. Sikap terhadap resiko
 - c. Kesetiaan
5. Faktor Situasional seperti:
 - a. Urgensi
 - b. Pengguna khusus
 - c. Besarnya pesanan

Dalam hal melakukan segmentasi pasar, baik untuk pasar konsumen maupun pasar industri Asuransi Syariah dapat memilih beberapa variabel sekaligus.

1. Menetapkan Pasar Sasaran

Setelah selesai melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan. Pertimbangan untuk memilih segmen adalah besarnya segmen yang akan dipilih dan luasnya segmen. Setelah teridentifikasi jumlah serta ukuran dan luasnya segmen yang ada, maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran yang diinginkan.

Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani. Menetapkan pasar sasaran dengan cara mengembangkan ukuran-ukuran dan daya tarik segmen kemudian memilih segmen sasaran.

Kegiatan menetapkan pasar sasaran meliputi:

a. Evaluasi segmen pasar yang meliputi:

- 1) Ukuran dan pertumbuhan segmen seperti data tentang usia nasabah, pendapatan, jenis kelamin atau gaya hidup dari setiap segmen.
- 2) Struktural segmen yang menarik dilihat dari segi profitabilitas. Kurang menarik jika terdapat pesaing yang kuat dan agresif. Perhatikan juga ancaman dari produk pengganti (substitusi) misalnya dari lembaga keuangan lainnya, untuk pinjaman seperti pegadaian.⁸¹
- 3) Sasaran dan sumber daya asuransi syariah dengan memperhatikan energi yang dimiliki asuransi syariah yaitu ketersediaan sumber daya manusia termasuk keterampilan yang dimilikinya.

b. Memilih segmen yaitu menentukan satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dapat dilayani. Pemilihan segmen dapat dilakukan dengan cara:

⁸¹ Ibid, 92

- 1) Pemasaran serba sama, melayani semua pasar dan tawaran pasar dalam arti tidak ada perbedaan. Mencari apa yang sama dalam kebutuhan konsumen. Biasanya untuk produk massal seperti tabungan untuk semua orang, baik usia, pendapatan maupun wilayah. Keuntungannya pemasaran serba sama adalah hemat biaya.
- 2) Pemasaran serba aneka, merancang tawaran untuk semua pendapatan, tujuan atau kepribadian. seperti beda desain seperti untuk industri mobil. Untuk pasar ini memerlukan biaya tinggi.
- 3) Pemasaran terpadu, khusus untuk sumber daya manusia yang terbatas.

2. Menentukan Posisi Pasar (market positioning)

Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Kegiatan ini dilakukan setelah menentukan segmen mant yang akan dimasuki dengan cara menentukan posisi mana yang ingin ditempati dalam segmen tersebut.

Posisi produk adalah bagaimana suatu produk yang didefinisikan oleh konsumen atas dasar atribut-atribut misalnya:

- a. Asuransi umum diposisikan sebagai kantongnya pengusaha
- b. Asuransi keluarga diposisikan sebagai kantongnya keluarga

Untuk menentukan posisi pasar janganlah dilakukan secara sembarangan, akan tetapi perlu dilakukan strategi yang benar, sehingga posisi pasar yang diinginkan tepat pada sasarannya. strategi penentuan posisi pasar dapat dilakukan sebagai berikut:

- a. Atas dasar atribut yaitu preme rendah atau tinggi baik untuk asuransi umum Simpanan maupun keluarga.
- b. Menurut kelas pengguna, misalnya asuransi pendidikan untuk kelurga.
- c. Langsung menghadapi pesaing, kami nomor satu atau yang terbaik.
- d. Kelas produk, kredit asuransi kebakaran ekonomi lemah

Memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar perlu dilakukan dengan berbagai tahap agar hasil yang diharapkan optimal. Tahapan dalam memilih dan melaksanakan strategi penentuan posisi pasar sebagai berikut:

- a. Identifikasikan keunggulan kompetitif yang mungkin memberikan nilai yang berbesar dengan cara mengadakan perbedaan yaitu:
 - 1) Diferensiasi produk
 - 2) Diferensiasi jasa
 - 3) Diferensiasi personil
 - 4) Diferensiasi citra
- b. Mernilih keunggulan kompetitif yang tepat
 - 1) Berapa banyak perbedaan dipromosikan
 - 2) Perbedaan mana yang dipromosikan
- c. Mewujudkan dan mengkomunikasikan posisi yang dipilih

H. Marketing Mix

Marketing mix (bauran pemasaran) merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan di antara elemen-elemen yang ada dalam marketing mix itu sendiri. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen yang lain.⁸²

Elemen-elemen yang ada dalam marketing mix adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi) dan *promotion* (promosi). Oleh karena itu setiap elemen membutuhkan strategi tersendiri, namun tetap akan terkait dengan strategi pada elemen lainnya seperti:

1. Strategi produk
2. Strategi harga.
3. Strategi lokasi dan lay out
4. dan Strategi promosi

I. Strategi Produk

Produk secara umum diartikan sebagai *Sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan*. Artinya

⁸² Don sexton. 2006, *Marketing* 101, (Jakarta: BIP), 215-277.

apa pun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.⁸³

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai *Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.*

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau, benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba atau dirasakan. Contohnya buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Sedangkan produk tidak berwujud biasanya disebut jasa. jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.

Ciri-ciri dan karakteristik jasa adalah sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud, artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli.
- b. Tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan.
- c. Beraneka ragam artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk.
- d. Tidak tahan lama artinya jasa tidak dapat disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh perusahaan Asuransi Syariah ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk Asuransi Syariah pesaing. Produk yang berkualitas tinggi ini disebut juga produk plus.⁸⁴

Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh Asuransi Syariah akan memberikan berbagai keuntungan bagi Asuransi Syariah dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun keuntungan produk plus antara lain:

⁸³ Kasmir, *Manajemen perbankan*, 186

⁸⁴ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2006, *Syariah Marketing*. (Bandung: Mizan), 165

- a. Dapat meningkatkan penjualan, mengingat nasabah akan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terns melakukan transaksi.
- b. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk plusnya ditengah-tengah masyarakat.
- c. Menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan menggaet nasabah baru.
- d. Menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang bersangkutan

Dalam praktiknya untuk menciptakan produk plus bukanlah perkara mudah. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan atau dengan kata lain kehadiran produk plus sangat tergantung dari berbagai pihak yang terkait dengan produk tersebut. Secara umum produk plus sangat tergantung dari:

- a. Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya.
- b. Pegawai yang profesional, artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan mempengaruhi nasabah sehingga mau membeli produk yang ditawarkan.
- c. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan kelengkapan teknologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat.
- d. Lokasi dan lay out gedung dan ruangan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap, kenyamanan dan keamanan nasabah selama berhubungan dengan Asuransi Syariah. Lokasi yang tidak strategis membuat nasabah malas untuk mendatangi Asuransi Syariah. Demikian pula dengan lay out ruangan yang tidak baik juga menyebabkan nasabah bosan untuk berhubungan dengan Asuransi Syariah.
- e. Nama baik Asuransi Syariah, menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk Asuransi Syariah. Oleh

karena itu Asuransi Syariah harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa Asuransi Syariah yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.

Jenis-jenis Produk Asuransi Syariah

Dalam praktik sehari-hari berbagai jenis jasa Asuransi Syariah yang ditawarkan kepada masyarakat. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan asuransi syariah itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk asuransi syariah nasabah cukup mendatangi satu asuransi syariah saja.

Produk asuransi syariah tersebut meliputi:

- a. Asuransi Umum:
 - 1) Takaful Abror.
 - 2) Takaful Ansor.
 - 3) Takaful Aneka.
 - 4) Takaful Baituna.
 - 5) Takaful Kebakaran.
 - 6) Takaful Kendaraan Bermotor.
 - 7) Takaful pengangkutan dan rangka kapal.
 - 8) Takaful pengangkutan dan rangka kapal.
 - 9) Takaful surgaina.
- b. Asuransi Keluarga:
 - 1) Takaful *kecelakaan diri*.
 - 2) Takaful ukhuwah.
 - 3) Takafulink.
 - 4) Takafulink alia.
 - 5) Fulnadi.
 - 6) takaful al khairat.
 - 7) Takaful kecelakaan siswa.
 - 8) Takaful wisata dan perjalanan.
 - 9) Takaful kecelakaan diri.
 - 10) Takaful pembiayaan
- c. Asuransi Kesehatan:

Ful medicare.

Karena produk Asuransi Syariah merupakan jasa yang menjadikan kepercayaan sebagai senjata utama, maka dalam menjalankan bisnisnya Asuransi Syariah perlu memperhatikan hal-hal berikut ini:

1. Kuantitas Asuaransi Syariah (karyawan) dalam melayani nasabah;
2. Kualitas yang disajikan oleh para pengelola Asuransi Syariah terhadap nasabah yang ditunjukkan dari kemampuannya;
3. Teknologi atau peralatan yang digunakan dalam melayani nasabah-;
4. Kemasan atau bentuk jasa yang diberikan;
5. Merek bagi setiap jasa yang ditawarkan;
6. Ada jaminan terhadap jasa yang diberikan.

Strategi Produk

Untuk merebut calon nasabah, maka pengelola Asuransi Syariah harus berusaha keras menciptakan produk yang nasabah. Nasabah tidak akan datang sendiri tanpa ada sesuatu yang menarik perhatian, sehingga berminat untuk membeli produk Asuransi Syariah. ⁸⁵Yang paling utama untuk menarik perhatian dan minat nasabah adalah keunggulan produk yang dimiliki. Keunggulan ini harus dimiliki jika dibandingkan dengan produk lain dan untuk memberikan keunggulan maka Asuransi Syariah perlu melakukan Strategi produk. Strategi produk yang dilakukan oleh pengelola Asuransi Syariah dalam mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan ciri khas suatu perusahaan Asuransi Syariah, sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi Asuransi Syariah dalam melayani masyarakat. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki arti (dalam arti positif)
- b. Menarik perhatian
- c. Mudah diingat

2. Menciptakan Merek

Untuk berbagai jenis jasa Asuransi Syariah yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk

⁸⁵ Dr. Ir. Singgih Wibowo. M.S. 2007, *Pedoman Mengelola Perusahaan Kecil*. (Yakarta: Penebar Swadaya), 71

mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering diartikari sebagai nama, istilah, simbol, disain atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus mempertimbangkan faktor-faktor antara lain:

- a. Mudah diingat
- b. Terkesan hebat dan modern
- c. Memiliki arti (dalam arti positif)
- d. Menarik perhatian

3. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam perusahaan Asuransi Syariah kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah disamping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku polis dan lainnya.

4. Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label menjelaskan siapa yang membuat, di mana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya dan informasi lainnya.

Untuk menerapkan strategi produk, pengelola Asuransi Syariah juga harus memahami daur hidup produk. Hal ini disebabkan masing-masing produk memiliki daur hidup (*Product life circle*) dan semakin tua suatu produk, maka perlu dilakukan strategi untuk menggantikannya dengan produk baru. Dalam hal ini Asuransi Syariah perlu mengembangkan produk baru sebagai antisipasi terhadap produk yang lama dan timbulnya produk saingan. Strategi pengembangan produk baru penting sekali, mengingat tidak selamanya produk yang kita tawarkan laku di pasar.

Untuk mengembangkan suatu produk baru maka diperlukan langkah-langkah yang harus dilalui, hal ini bertujuan agar produk baru yang diluncurkan nanti benar-benar tepat sasaran.

Langkah-langkah atau proses pengembangan produk baru adalah sebagai berikut:

- a. Membangkit gagasan yaitu pencarian gagasan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti sumber dari intern, pelanggan, pesaing, penyalur, pemerintah, dan sumber-sumber lainnya.

- b. Menyaring gagasan bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang ada sehingga menghasilkan gagasan yang menguntungkan.
 - c. Mengembangkan dan menguji konsep. Hal ini penting dilakukan terhadap hasil penyaringan gagasan. Pengujian konsep perlu dilakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang ditawarkan.
 - d. Strategi pemasaran, meliputi pengembangan mutu ukuran, model, penjualan, market share, dan laba yang diinginkan, kemudian strategi pemasaran menyangkut pula tentang harga yang layak di masyarakat.
 - e. Analisis bisnis, yaitu melakukan analisis terhadap strategi pemasaran yang akan dijalankan nantinya.
 - f. Pengembangan produk, merupakan kelanjutan dari proses yang sudah dilalui. Pengembangan produk dapat berupa gambar, contoh sampai kepada uraian kata-kata.
 - g. Pengujian pasar bertujuan untuk mengetahui reaksi pasar terhadap produk yang akan diluncurkan atau yang sudah diluncurkan. Apabila produk sudah dipasarkan untuk mengetahui respon pasar danantisipasi terhadap permasalahan yang mungkin timbul. Tujuan pengujian pasar untuk menguji penerimaan pasar yang sesungguhnya.
 - h. Komersialisasi merupakan tahap akhir setelah pengujian positif mendapat tanggapan pasar.
5. Daur Hidup Produk

Kembali ke daur hidup produk (*Product Life Circle*) yang artinya merupakan perjalanan hidup suatu produk mulai dari produk dijual di pasar sampai produk tersebut mati. Umur dari produk sangat tergantung dari strategi yang dijalankan oleh perusahaan. Terkadang umur suatu produk sangatlah singkat dan tidak sedikit pula produk yang memiliki umur yang relatif lebih panjang. Kehidupan dari suatu produk biasanya diukur dari tingkat penjualan dan laba yang diraih oleh produk tersebut.⁸⁶

⁸⁶ Tum Desem Waringin. 2008, *Marketing Revolution*. (Jakarta: PT Gramedia,), 107

Pertama adalah tahap pengembangan produk yaitu produk yang masih berada dalam kandungan. Tahap ini dimulai dari masa menemukan dan mengembangkan gagasan produk seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Selama tahap ini belum ada penjualan dan yang ada adalah pengeluaran biaya investasi untuk mendanai pengembangan produk tersebut.

Kedua adalah tahap pengenalan, merupakan tahap setelah produk diperkenalkan ke pasar. Dalam tahap ini penjualan masih kecil dan mulai terus merambat naik. Perusahaan masih belum memperoleh laba dalam tahap ini akibat dari tingginya biaya promosi yang dikeluarkan. Untuk keluar dari tahap ini terkadang diperlukan waktu yang relatif lama.

Ketiga adalah tahap pertumbuhan pada tahap ini produk sudah diterima oleh pasar. Dalam tahap ini penjualan sudah semakin besar dan laba pun sudah mulai meningkat dengan cepat.

Keempat adalah tahap kedewasaan dalam tahap ini penjualan terus meningkat dan akan mencapai puncak, kemudian turun secara perlahan akibat mulai masuknya pesaing. Dalam tahap ini laba relatif stabil dan pada akhirnya juga akan turun akibat penjualan yang menurun.

Terakhir adalah tahap penurunan, dalam tahap ini penjualan menurun dengan cepat dan seiring dengan menurunnya penjualan maka laba pun semakin menurun dan pada akhirnya akan rugi.

Yang paling penting untuk diketahui waktu untuk masing-masing tahap dalam daur hidup produk tidaklah sama. Daur hidup yang paling lama adalah pada tahap pengenalan dan disusul oleh tahap kedewasaan. Sedangkan pada tahap pertumbuhan daur hidupnya relatif singkat.

Untuk memperpanjang daur hidup produk secara keseluruhan maka perlu dilakukan strategi daur hidup. Penerapan strategi harus lebih dulu mengetahui kondisi penerimaan konsumen, pesaing, dan biaya promosi mengingat ketiga komponen ini sangat berhubungan erat.

Dalam tahap pengembangan produk yang perlu diperhatikan adalah pengujian konsep apakah produk yang akan diluncurkan dapat diterima oleh konsumen atau tidak.

Dalam tahap ini pesaing hampir dipastikan tidak ada. Sedangkan biaya investasi yang cukup tinggi.

Memasuki tahap pengenalan, mulailah produk dipasarkan ke konsumen dan dalam tahap, ini strategi yang perlu adalah melakukan promosi secara gencar mengingat konsumen belum mengenal produk yang ditawarkan. Dalam tahap ini penjualan relatif kecil dan terkadang belum memperoleh laba. Biasanya laba akan diperoleh apabila produk hampir memasuki tahap pertumbuhan.

Produk yang lolos dari tahap pengenalan merupakan produk yang baik dan akan memasuki tahap pertumbuhan. Pada tahap pertumbuhan penjualan meningkat begitu cepat dan diikuti pula dengan peningkatan laba namun umur produk relatif pendek. Kemudian pesaing sudah ikut membuntuti produk yang kita tawarkan strategi kita tetap pada peningkatan kualitas dan promosi yang gencar.

Tahap kedewasaan merupakan tahap yang memberikan perusahaan panen. Dari segi penjualan dan laba akan mencapai puncaknya pada tahap ini, namun dalam tahap ini pula jika tidak hati-hati akan menurunkan penjualan dan laba. Pada tahap ini pesaing begitu banyak yang memasuki pasar. Strategi yang dilakukan adalah melakukan modifikasi pasar dan modifikasi produk.

Kegagalan Strategi produk dalam tahap kedewasaan akan mengakibatkan penjualan menurun pada tahap penurunan. Demikian pula dengan laba yang semakin mengecil akibat dari penurunan produk. Kemudian produk pesaing sudah melimpah di pasar. Strategi lain yang dilakukan adalah dengan penciptaan dan pengembangan produk baru melalui riset pasar. Hal ini disebabkan sangat sulit membangun kembali citra produk dalam tahap penurunan.

J. Strategi Harga

1. Pengertian Harga

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa

Asuransi Syariah.⁸⁷ Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi Asuransi Syariah terutama Asuransi yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi Asuransi yang berdasarkan prinsip Syariah adalah bagi hasil. Dalam buku ini hanya akan dibahas penentuan harga yang dilakukan oleh Asuransi S yang berdasarkan prinsip konvensional dan Syariah.⁸⁸

Bagi asuransi yang berdasarkan prinsip Syariah adalah premi yang harus dibayar oleh nasabah dan klaim yang harus di bayar oleh perusahaan asuransi.

Premi adalah sejumlah uang yang dibayar oleh nasabah sebagai kewajiban pada perusahaan Asuransi. Sedangkan Klaim adalah sebagai balas jasa yang diberikan oleh perusahaan Asuransi pembayaran preme oleh nasabah

2. Tujuan Penentuan Harga

Penentuan harga oleh suatu Asuransi Syariah dimaksudkan untuk berbagai tujuan yang hendak dicapai. Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

a. Untuk bertahan hidup

Dalam hal ini pengelola Asuransi Syariah menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran, misalnya peremi rendah tetapi kiam tinggi.

b. Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga, laba dapat ditingkatkan.

⁸⁷ Tim Markesis. 2009, *Pemasaran*. (Yogyakarta: Markesis), 135

⁸⁸ Ibid, 196

- Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
- c. Untuk memperbesar *market share*
Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan Pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan seperti penentuan premi yang rendah dan klaim yang lebih tinggi. dari pesaing.
 - d. Mutu produk
Tujuannya adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa, yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.
 - e. Karena pesaing
Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing artinya bunga simpanan di atas, pesaing dan bunga pinjaman di bawah pesaing.
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga

Besar kecilnya premi dan kalim sangat dipengaruhi oleh keduanya, artinya baik premi maupun klaim saling mempengaruhi. Disamping pengaruh faktor-faktor di atas faktor lainnya yang mempengaruhi besar dan kecilnya premi dan klaim adalah resiko barang yang diasuraansikan, jangka waktu, kebijakan pemerintah, hubungan baik, target laba dan lainnya.

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar dan kecilnya penetapan premi dan kalim dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dana
Apabila Asuransi Syariah kekurangan dana maka perusahaan Asuransi Syariah akan menetapkan premi murah, dengan harapan banyak konsumen yang menjadi nasabah Asuransi Syariah, tetapi sebaliknya ketika perusahaan Asuransi Syariah tidak tidak banyak membutuhkan dana, maka dia akan menetapkan premi tinggi dan klaim rendah.
- b. Persaingan

Dalam memperebutkan nasabah, penentu utama kecil dan besarnya premi dan klaim bukan perusahaan Asuransi Syariah tetapi harus memperhatikan perilaku pesaing. Dalam arti jika pesaing menetapkan premi rendah dan lain tinggi, maka perusahaan Asuransi Syariah harus melakukan hal yang sama, agar Asuransi Syariah tetap menjadi pilihan nasabah, jika tidak demikian, maka akan ditinggalkan nasabah dan nasabah akan berbondong-bong pindah pada perusahaan asuransi pesaing.

c. Kebijakan pemerintah

Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal persentase premi dan klaim, dengan ketentuan batas minimal atau maksimal premi dan klaim tidak boleh melampaui batas yang telah ditentukan pemerintah.

d. Target laba yang diinginkan

Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan Asuransi Syariah jika laba yang diinginkan besar, maka premi ikut besar dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu pihak perusahaan Asuransi Syariah harus serius dalam menentukan premi dan klaim atau keuntungan yang diinginkan.

e. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pembayaran premi, maka akan semakin tinggi klaimnya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan dana yang di dapatkan makin tinggi. Demikian pula sebaliknya jika waktunya berjangka pendek, maka klaimnya relatif lebih rendah.

f. Reputasi perusahaan

Bonafiditas suatu perusahaan yang menjadi nasabah Asuransi Syariah akan menentukan premi yang harus di bayar pada perusahaan Asuransi Syariah, karena perusahaan yang bonafid akan mengandung resiko lebih kecil dibandingkan

- perusahaan yang tidak bonafis.
- g. Hubungan Asuransi Syariah
Biasanya pihak pengelola Asuransi Syariah menggolongkan nasabahnya menjadi dua, yaitu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap perusahaan Asuransi Syariah. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak Asuransi Syariah, sehingga dalam penentuan premi dan kalim berbeda dengan nasabah biasa.

4. Komponen-komponen Menentukan Premi dan Klaim

Untuk menentukan besar kecilnya peremi yang akan di Asuransi Syariah kepada para nasabah terdapat beberapa komponen. Komponen-komponen ini ada yang dapat diperkecil dan ada pula yang tidak. Komponen-komponen ini kemudian dijumlahkan, sehingga menjadi dasar penentuan premi yang akan diberikan ke nasabah.

Adapun komponen dalam menentukan premi antara, lain:⁸⁹

a. Total Biaya Dana (*cost of fund*)

Merupakan biaya operasional yang dikeluarkan oleh perusahaan Asuransi Syariah menentukan besar dan kecilnya premi yang dibeasuransi syariah pada nasabah. Dengan demikian jika biaya operasional yang dikeluarkan perusahaan tinggi, missal biaya kaaryaawan, biaya gedung dan biaya lainnya maka premi yang dibeasuransi syariah pada nasabah akan lebih tinggi, karena nasabah harus menanggung beban biaya atministasi lebih tinggi, demikian juga sebaliknya, jika beban biaya relative rendah maka premi yang dibeasuransi syariah pada nasabah akan lebih rendah.

b. Laba yang diinginkan

Merupakan laba atau keuntungan yang ingin diperoleh perusahaan Asuransi Syariah dan biasanya

⁸⁹ Kasmir, *Pemasaran bank*, 151

dalam persentase tertentu. Penentuan besarnya laba juga sangat mempengaruhi besarnya premi yang dibeasuransi syariah pada nasabah.. Dalam hal ini biasanya pengelola Asuransi Syariah disamping melihat kondisi pesaing juga melihat kondisi nasabah apakah nasabah utama atau bukan dan juga melihat sektor-sektor yang diasuransikan, misalnya jika barang yang diasuransikan beresiko kecil, maka preminya lebih rendah, demikian juga sebaliknya, jika beresiko besar, maka preminya lebih tinggi. Disamping itu juga melihat pesaing, apakah memasang premi lebih tinggi atau lebih besar. Jika pesaing menetapkan premi lebih rendah, maka perusahaan Asuransi Syariah akan menetapkan premi relatif rendah, jika tidak demikian maka akan ditinggalkan oleh nasabah atau konsumen..

c. Biaya operasi

Biaya operasi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan Asuransi Syariah dalam melaksanakan kegiatan operasinya. Biaya ini terdiri dari biaya gaji, biaya administrasi, biaya pemeliharaan dan biaya-biaya lainnya. Jika biaya yang di keluarkan perusahaan Asuransi Syariah, maka premi yang dibeasuransi syariah pada nasabah akan tinggi, krena nasabah harus menanggung beban biaya administrasi relatif tinggi.

d. Pajak

Yaitu pajak yang dibeasuransi syariah pemerintah kepada perusahaan Asuransi Syariah yang memberikan fasilitas asuransi kepada kepada nasabahnya.

Untuk lebih jelasnya metode dasar penentuan premi dan klaim yang ditawarkan ke nasabah dengan menggabungkan semua komponen-komponen biaya yang dikelurkannya oleh perusahaan Asuransi Syariah yang terdiri dari pajak, gaji karyawan, sewa gedung, listrik. Telpon, dan fee yang diberikan pada bagian pemasaran.

5. Metode Penentuan Harga Auransi Syariah

Kemudian dalam penentuan harga digunakan beberapa metode yang sesuai dengan tujuaii perusahaan. Metode penentuan suatu harga produk

Auransi Syariah secara umum terdapat beberapa model antara lain:

1. Modifikasi harga atau diskriminasi yaitu:
 - a. Menurut pelanggan, yaitu harga yang dibedakan berdasarkan nasabah utama (primer) atau nasabah biasa (sekunder). Nasabah utama adalah nasabah yang loyal dan memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Auransi Syariah. Nasabah biasa adalah nasabah umum.
 - b. Menurut bentuk produk, harga ditentukan berdasarkan bentuk produk atau kelebihan kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk, misalnya untuk asuransi keluarga lebih rendah preminya dibandingkan auransi umum.
 - c. Menurut tempat, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan lokasi cabang Auransi Syariah di mana produk atau jasa ditawarkan.
 - d. Menurut waktu, yaitu harga yang ditentukan berdasarkan periode atau masa tertentu dapat berupa hari, mingguan, atau bulanan.
2. Penetapan harga untuk produk baru
 - a. *Market skimming pricing* yaitu harga awal produk yang ditetapkan setinggi-tingginya dengan tujuan bahwa produk atau jasa memiliki kualitas tinggi.
 - b. *Market penetration pricing* yaitu dengan menetapkan harga yang serendah mungkin dengan tujuan untuk menguasai pasar.

K. Strategi Lokasi Dan Lay Out

1. Pengertian Lokasi dan Lay Out

Bagi perusahaan non Lembaga Keuangan Syariah (LKS) penentuan lokasi biasanya digunakan untuk lokasi pabrik atau gudang atau cabang. Sedangkan penentuan lokasi bagi industri Lembaga Keuangan Syariah lebih ditekankan kepada lokasi cabang.⁹⁰

Penentuan lokasi kantor cabang Asuaransi

⁹⁰ Kasmer, *pemasaran bank*, 163-173

Syariah dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi Asuaransi Syariah yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan Asuaransi Syariah.

2. Pertimbangan Penentuan Lokasi Cabang

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan Asuaransi Syariah.

Dalam memilih lokasi tergantung dari keperluan lokasi tersebut Terdapat paling tidak tiga lokasi yang dipertimbangkan sesuai keperluan perusahaan yaitu antara lain:

- a. Lokasi untuk Kantor Pusat
- b. Lokasi untuk Pabrik
- c. Lokasi untuk Gudang
- d. Kantor Cabang

Secara umum pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Usaha yang dijalankan
- b. Dekat dengan Pasar
- c. Dekat dengan Bahan Baku
- d. Dekat Tenaga Kerja
- e. Tersedia Sarana dan Prasarana (transportasi, listrik dan air) -
- f. Dekat Pemerintahan
- g. Dekat Lembaga Keuangan
- h. Di Kawasan Industri
- i. Kemudahan untuk Ekspansi
- j. Adat istiadat/budaya/sikap masyarakat
- k. Hukum yang berlaku

Paling tidak ada dua faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi suatu cabang yaitu:

- a. Faktor Utama (Primer).
 - 1) Dekat dengan Pasar
 - 2) Dekat dengan Bahan Baku
 - 3) Tersedia tenaga kerja, baik jumlah maupun kualifikasi yang diinginkan
 - 4) Terdapat fasilitas pengangkutan seperti jalan raya atau kereta api atau pelabuhan laut atau pelabuhan udara.
 - 5) Tersedia sarana dan prasarana seperti listrik, telepon dan lainnya
 - 6) Sikap masyarakat
- b. Faktor Sekunder
 - 1) Biaya untuk investasi di lokasi seperti biaya pembelian tanah atau pembangunan gedung
 - 2) Prospek perkembangan harga atau kemajuan di lokasi tersebut
 - 3) Kemungkinan untuk perluasan lokasi
 - 4) Terdapat fasilitas penunjang lain seperti pusat perbelanjaan atau perumahan.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu Asuaransi Syariah adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik;
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran;
- c. Dekat dengan lokasi pasar;
- d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat;
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

Kemudian setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan lay out gedung dan lay out ruang kantor. Gedung dan ruangan yang tidak tertata rapi akan sangat membosankan nasabah. Pada akhirnya nasabah akan merasa tidak nyaman bila berhubungan dengan Asuaransi Syariah. Oleh karena itu hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan lay out ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan

musik sehingga nasabah merasa nyaman dan aman.

Penentuan lay out dapat dilakukan untuk dua macam yaitu lay out gedung dan ruangan. Kedua lay out ini Baling mendukung kenyamanan nasabah serta keamanan nasabah dalam berurusan dengan asuransi syariah.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk lay out gedung adalah sebagai berikut:

- a. Bentuk gedung yang memberikan kesan bonafid atau moderen atau mungkin tradisional tergantung di wilayah mana yang akan dibuka;
- b. Lokasi parkir luas dan aman;
- c. Keamanan di sekitar gedung;
- d. Tersedia tempat ibadah;
- e. . Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya khusus untuk nasabah

3. Pertimbangan Penentuan Lay Out Gedung dan Ruangan

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam penentuan *lay out* gedung dan ruangan adalah sebagai berikut:

- a. Bentuk gedung;
- b. Suasana ruangan terkesan luas dan lega;
- c. Ruangan yang sejuk dan nyaman;
- d. Tata letak kursi dan meja yang apik dan teratur;
- e. Hiasan dalam ruangan yang membuat ruangan menjadi hidup;
- f. Sarana hiburan seperti musik sebagai alat untuk mengusir kebosanan.
- g. Penyusunan Peralatan Ruangan
- h. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penyusunan Peralatan ruangan suatu Asuransi Syariah adalah sebagai berikut:
 - i. Produk yang dihasilkan (jumlah jasa yang diberikan)
 - j. Banyaknya ruangan yang dibutuhkan
 - k. Urusan operasi (dari Customer service, Teller, bagian administrasi dan seterusnya)
 - l. Aliran orang dan dokumen
 - m. Pendingin ruangan dan sirkulasi udara
 - n. Dekorasi ruangan
 - o. Fleksibilitas (kemudahan berpindah-pindah)

4. Berikut Ini Contoh untuk Menentukan Lokasi dan *Lay Out* Kantor Asuransi Syariah.⁹¹

Penentuan lokasi kantor cabang Asuransi Syariah baik untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas merupakan salah satu tugas yang sangat penting. Penentuan lokasi kantor diikuti dengan penentuan sarana dan prasarana pendukung lainnya. Lokasi Asuransi Syariah yang strategis ditujukan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi Asuransi Syariah yang ada. Demikian pula sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabahnya.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi cabang suatu Asuransi Syariah adalah dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Dekat dengan kawasan industri atau pabrik;
- b. Dekat dengan lokasi perkantoran-;
- c. Dekat dengan lokasi pasar;
- d. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat;
- e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

Kemudian setelah lokasi diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menentukan *lay out* gedung dan ruang kantor. Hilangkan kesan kantor yang sumpek dan semrawut yang akan mengakibatkan nasabah tidak betah berlama-lama berada di kantor. Usahakan *lay out* ruangan senyaman mungkin dengan susunan meja, tempat duduk atau keindahan lainnya seperti lukisan dan musik sehingga nasabah merasa nyaman.

Penentuan *lay out* dapat dilakukan untuk dua macam yaitu *lay out* gedung dan ruangan. Kedua *lay out* ini Baling mendukung kenyamanan nasabah Serta keamanan nasabah dalam berurusan dengan Asuransi Syariah.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk *lay out*

⁹¹ Ibid, 169

gedung adalah sebagai berikut:

- a. Bentuk gedung yang memberikan kesan bonafid;
- b. Lokasi parkir luas dan aman;
- c. Keamanan disekitar gedung terjamin;
- d. Tersedia telepon umum atau fasilitas lainnya khusus untuk nasabah.

Sedangkan untuk *lay out* ruangan yang harus diperhatikan adalah:

- a. Suasana ruangan terkesan luas dan lega;
- b. Tata letak kursi dan meja sesuai dengan urutan proses dokumen;
- c. Dekorasi dan hiasan dalam ruangan;

5. Metode Penilaian Lokasi

Ada tiga metode yang dapat digunakan dalam menilai suatu lokasi sebelum diputuskan yakni:

- a. Metode Penilaian Hasil Value
- b. Metode Perbandingan Biaya
- c. Metode Economic Analysis

Berikut ini contoh penggunaan ketiga metode di atas:

1). Metode Penilaian Hasil Value

PT. Asuransi Syariah al-Sa'adah bermaksud mendirikan cabang di Propinsi Jawa Timur . Pilihan lokasi yang diinginkan adalah di jalan Surabaya, Jember dan Malang. Pertimbangannya yang digunakan adalah berdasarkan Metode Penilaian Hasil Value sebagai berikut.

No	Kebutuhan	Nilai Lokasi yang Ideal	Sby	Jember Pandan	Mlg
1	Pasar	40	36	35	20
2	Industdi	30	28	25	15
3	Perkantoran	15	14	13	8
4	Tenaga Kerja	10	10	9	11
5	Transportasi	5	4	5	4
	Jumlah	10	92	87	58

Berdasarkan metode penilaian hasil value maka lokasi yang tertinggi (92) yang ada di kota Surabaya.

Metode Perbandingan Biaya

Metode ini didasarkan kepada kebutuhan biaya utama seperti biaya operasi, biaya umum dan biaya lainnya.

No	Jenis Biaya	Lokasi		
		Surabaya yang dilihat	Jember	Malang
I	Biaya operasi	60	65	85
2	Biaya Umum	70	75	65
3	Biaya lainnya	10	10	15
	Jumlah	140	150	165

Berdasarkan metode perbandingan biaya maka lokasi yang dipilih adalah Surabaya dengan biaya termurah yaitu hanya Rp 140 per unit.

Metode Economic Analysis

No	Jenis biaya	Lokasi		
		Surabaya	Jember Pandan	Malang
1	Biaya Sewa	125.000	150.000	175.000
2	Biaya tenaga kerja	100.000	1.000.00	850.000
3	Biaya promosi	250.000	400.000	350-
4	Biaya bahan bakar dan	180.000	180.000	190.000
5	Pajak .	50.000	50.000	50.000
	Total Biaya Operasi	1.605.00	1.780.00	1.615.00
6	Perumahan	Baik	Cukup	Baik
7	Sikap masyarakat	Baik	sedang	Baik

Berdasarkan metode ini kota yang dipilih juga Surabaya mengingat biaya ekonomi yang terendah ada di kota ini dan kondisi perumahan serta sikap, masyarakat juga baik.

L. Strategi Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga, kegiatan di atas, baik produk, harga, dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan Asuransi Syariah berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.⁹²

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal Asuransi Syariah. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi Asuransi Syariah adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap Asuransi Syariah dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

- a. Periklanan (*Advertising*);
- b. Promosi penjualan (*Sales Promotion*);
- c. Publisitas (*Publicity*);
- d. Penjualan pribadi (*Personal Selling*).

1) Periklanan (*Advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh Asuransi Syariah guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- a) Pemasangan *Billboard* di jalan-jalan strategis;
- b) Pencetakan Brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan;
- c) Pemasangan Spanduk di lokasi tertentu yang strategis;
- d) Pemasangan melalui Koran;

⁹² Don sexton, *Marketing*, 277

- e) Pemasangan melalui Majalah;
- f) Pemasangan melalui Televisi,
- g) Pemasangan melalui Radio.
- h) dan menggunakan media lainnya

Tujuan penggunaan dan pemilihan media Iklan tergantung dari tujuan Asuransi Syariah. Masing-masing media memiliki tujuan yang berbeda. Terdapat paling tidak empat macam tujuan penggunaan Iklan sebagai media promosi yaitu:

- a) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa Asuransi Syariah yang dimiliki oleh suatu Asuransi Syariah. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
- b) Untuk mengingatkan kembali kepada nasabah tentang keberadaan atau keunggulan jasa asuransi syariah yang ditawarkan.
- c) Untuk menarik perhatian dan minat para nasabah baru dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari Para calon nasabah.
- d) Mempengaruhi nasabah saingan agar berpindah ke Asuransi Syariah tertentu.

Kemudian pertimbangan penggunaan media yang akan dipakai untuk pemasangan Iklan disuatu media antara lain:

- a) Jangkauan media yang akan digunakan;
- b) Sasaran atau konsumen yang akan dituju;
- c) Tujuan Iklan tersebut;
- d) Biaya yang akan dikeluarkan.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Disamping promosi lewat Iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan

yang semenarik mungkin.⁹³

Bagi Asuransi Syariah promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- a. Pemberian premi khusus untuk produk tertentu walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan tidak sehat (misalnya untuk Asuransi Keluarga);
 - b. Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu;
 - c. Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal;
 - d. Dan promosi penjualan lainnya.
3. Publisitas (*Publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.

Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor Asuransi Syariah dimata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi.

4. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *Personal Selling*. Dalam dunia perasuransian penjualan pribadi secara *umum* dilakukan oleh seluruh pegawai Asuransi Syariah, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat Asuransi Syariah. Secara khusus *Personal Selling* dilakukan Oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.

M. Customer Service

1. Pengertian Customer Service

Asuransi Syariah sebagai lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui pembayaran premi dan dapat klaim serta jasa-jasa keuangan lainnya. Untuk itu Asuransi Syariah harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh nasabahnya. Kepercayaan sangat penting dan tinggi

⁹³ Ibd, 171

nilainya, karena tanpa kepercayaan masyarakat mustahil Asuransi Syariah dapat hidup dan berkembang.⁹⁴

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka Asuransi Syariah perlu menjaga citra positif dimata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Untuk meningkatkan citra perusahaan Asuransi Syariah maka Asuransi Syariah perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah inilah kita sebut *Customer Service* (CS) atau ada, juga yang menyebutnya *services asistensi* (SA).

Pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Seorang *Customer Service* memegang peranan sangat penting disamping memberikan pelayanan juga sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relation*. *Customer Service* Asuransi Syariah dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara merayu para calon nasabah agar menjadi nasabah Asuransi Syariah yang bersangkutan dengan berbagai cara. *Customer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah Asuransi Syariah. Oleh karena itu tugas-tugas yang diemban oleh para *Customer Service* merupakan tulang punggung kegiatan

2. Operasional dalam perusahaan Asuransi Syariah.

Lalu siapa saja yang menjadi *Customer Service*? Pada prinsipnya semua atau seluruh pegawai Asuransi Syariah mulai dari *cleaning service*, satpam sampai kepada

⁹⁴ Don Sexton, Ph.D. 2007, *Marketing 101*. (Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer), 215

direktur utama Asuransi Syariah harus menjadi *Customer Service*. Namun secara khusus tugas *Customer Service* ini diemban oleh orang yang memang dididik untuk memegang fungsi sebagai *Customer Service* suatu Asuransi Syariah.

3. Fungsi dan Tugas *Customer Service*

Sebagai seorang *Customer Service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Fungsi dan tugas-tugas *Customer Service* harus benar-benar dipaharni sehingga seorang *Customer Service* dapat menjalankan tugasnya secara prima.

Dalam praktiknya fungsi *Customer Service* adalah:

- a. Sebagai Resepsionis, CS berfungsi sebagai penerima tamu
- b. Sebagai Deskman, CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi
- c. Sebagai Salesman berfungsi sebagai orang yang menjual produk Asuransi Syariah sekaligus sebagai pelaksana cross selling.
- d. Sebagai *Customer Relation Officer Customer Service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan Asuransi Syariah dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari Asuransi Syariah yang bersangkutan apabila menghadapi masalah
- e. Sebagai komunikator, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara Asuransi Syariah dengan nasabah.

Berikut ini penjelasan tugas-tugas *Customer Service* yang sesuai dengan fungsinya adalah sebagai berikut:

a. Sebagai Resepsionis.

Tugasnya adalah menerima tamu/nasabah yang datang ke kantor Asuransi Syariah dengan ramah

tamah, sopan, tenang, simpatik, menarik dan menyenangkan. Dalam hal ini *Customer Service* harus bersikap memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam "assalamualaikum" atau "selamat pagi/siang/sore". Selama melayani nasabah *Customer Service* tidak diperkenankan merokok, makan dan minum.

b. Sebagai Deskman.

Tugasnya antara lain memberikan informasi mengenai produk-produk Asuransi Syariah, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk Asuransi Syariah, menjawab pertanyaan nasabah mengenai produk Asuransi Syariah serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.⁹⁵

c. Sebagai Salesmen

Tugasnya dikantor Asuransi Syariah adalah menjual produk Asuransi Syariah, melakukan *cross selling*, mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru. Berusaha membujuk nasabah yang baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama. *Customer Service* juga berusaha mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi nasabah, termasuk keberatan dan keluhan yang diajukan nasabah.

d. Sebagai *customer Relation Officer*

Dalam hal ini *Customer Service* bertugas menjaga image perusahaan Asuransi Syariah dengan cara membina hubungan Asuransi Syariah dengan seluruh nasabah, sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada Asuransi Syariah. Yang terpenting adalah sebagai penghubung antara Asuransi Syariah dan dengan seluruh nasabah.

e. Sebagai Komunikator

⁹⁵ Tim Markesis. *Pemasaran*. (Yogyakarta: Markesis, 2009), 135

Bertugas memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Disamping juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi.

4. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Seorang *Customer Service* dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan terhadap nasabah. Dasar-dasar pelayanan perlu dikuasai oleh seorang *Customer Service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut yaitu:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih
Artinya petugas *Customer Service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. *Customer Service* juga harus berpakaian necis tidak kumal dan baju lengan panjang jangan digulung. Terkesan pakaian yang dikenakan benar-benar memikat konsumen. Biasanya petugas *Customer Service* diberikan pakaian seragam.
- b. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
Dalam melayani nasabah petugas *Customer Service* tidak ragu-ragu; yakin dan percaya diri yang tinggi. petugas *Customer Service* juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah petugas *Customer Service* haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal
Pada saat nasabah datang petugas *Customer Service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebut Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu. (berusahalah menghafal nama dan mengenali suara nasabah)

- d. Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekan mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.
- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan
Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu, usahakan jangan berdebat.
- h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas *Customer Service* juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.
- i. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas *Customer Service*, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.

- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.
Artinya jika pada saat tertentu, petugas *Customer Service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

5. Sifat-sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya maka seorang *Customer Service* harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Disamping itu juga seorang *Customer Service* harus memperlakukan nasabah secara benar. Berikut ini perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah adalah:

a. Nasabah adalah raja.

Petugas *Customer Service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat Asuransi Syariah atau derajat *Customer Service* itu sendiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan nasabah ke kantor Asuransi Syariah adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi tugas petugas *Customer Service* adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke kantor Asuransi Syariah

pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

- e. Nasabah merupakan sumber pendapatan Asuransi Syariah.

Pendapatan utama asuransi syariah adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

6. Sikap melayani nasabah.

Dalam melayani sangat diperlukan berbagai sikap *Customer Service* yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan *Customer Service*. Intinya nasabah betah dan tidak bosan bila berhubungan dengan *Customer Service*. Kemudian nasabah juga tidak merasa tersinggung oleh sikap *Customer Service* yang mereka anggap tidak pantas.

Beberapa sikap yang harus diteladani oleh seorang *Customer Service* adalah:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya

Dalam hal ini petugas *Customer Service* harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

- b. Dengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

- c. Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara

Sebelum nasabah selesai bicara petugas *Customer Service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas *Customer Service* menanggapi.

- d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara.

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru

dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.⁹⁶

- e. Jangan marah dan mudah tersinggung.
Cara bicata, sikap atau nada bicara jangan sekali-kali menyinggung nasabah, kemudian *Customer Service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang bertempamen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.
- f. Jangan berdebat nasabah.
Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan beri penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah
- g. Jaga sikap sopan, ramah dan selalu berlaku tenang.
Dalam melayani nasabah sikap sopan santun, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.
- h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya.
Sebaiknya petugas *Customer Service* tidak melayani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.
- i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu
Nasabah yang datang ke kantor Asuransi Syariah pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.

7. Ciri-ciri pelayanan yang baik.

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara

⁹⁶ Kasmri, *Manajemen perbankan*, 220

tepat waktu.⁹⁷

Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki Asuransi Syariah. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan Asuransi Syariah.
- b. Tersedianya personil yang baik.
Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *Customer Service* yang melayaninya. Petugas *Customer Service* harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu petugas *Customer Service* harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Petugas *Customer Service* juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk ini semua sebelum menjadi *Customer Service*, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai
Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. jika terjadi sesuatu maka segera petugas *Customer Service* yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat
Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *Customer Service* harus melakukannya sesuai

⁹⁷ Ibid, 227.

prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

- e. Mampu berkomunikasi
Petugas *Customer Service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *Customer Service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah: Artinya petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.
- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
Menjaga rahasia Asuransi Syariah sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu petugas *Customer Service* harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia Asuransi Syariah merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada Asuransi Syariah.
- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik
Untuk menjadi *Customer Service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *Customer Service* selalu berhubungan dengan manusia, maka *Customer Service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah
Customer Service harus cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *Customer Service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.
Kepercayaan calon nasabah kepada Asuransi Syariah mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah Asuransi Syariah yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan

petugas *Customer Service* khususnya dan seluruh karyawan Asuransi Syariah umumnya.

8. Syarat Seorang *Customer Service* yang Baik

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang terpenting pertama adalah kualitas pelayanan. Petugas *Customer Service* dan karyawan lainnya memiliki peranan yang sangat penting. Agar pelayanan yang berkualitas dapat diberikan perlu ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *Customer Service*.

Berikut ini persyaratan untuk menjadi Seorang *Customer Service*:

a. Persyaratan fisik

Seorang *Customer Service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti tinggi yang ideal dengan berat. Memiliki wajah yang menarik dan menawan. Petugas *Customer Service* juga harus memiliki jiwa yang sehat. Artinya seorang *Customer Service* harus sehat jasmani dan rohaninya. Disamping itu petugas harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi dan bersih serta tidak bau. Begitu Pula dengan nafas harus dijaga agar tidak bau.

b. Persyaratan mental

Customer Service harus memiliki perilaku yang baik seperti sabar, ramah, murah senyum. Hindarkan petugas *Customer Service* yang mudah marah/emosi dan cepat putus asa. juga harus punya rasa percaya diri (*self Confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur,serius, hati-hati dan punya rasa tanggung jawab.

c. Persyaratan kepribadian

Syarat lain *Customer Service* harus memiliki kepribadian yang baik seperti murah senyum, sopan, lemah lembut simpatik, lincah, energik, menyenangkan, berjiwa bisnis, memiliki rasa humor dan ingin maju. Dalam melayani nasabah kesan, pertama yang mengesankan (*frist impression*) perlu ditonjolkan. CS juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan

berkata kasar, ketidaksabaran dan rasa tidak puas serta mampu mengendalikan gerakan-gerakan tubuh yang mengesankan serta tidak terpancing untuk berbicara hal-hal yang bersifat negatif.

d. Persyaratan sosial

Customer Service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, berbudi pekerti yang halus, pandai bergaul, pandai bicara dan fleksibel. CS juga harus cepat menyesuaikan diri, mudah bekerja sama, tenang dan tabah.

9. Sebab-sebab Nasabah Kabur

Banyak sebab nasabah kabur meninggalkan asuransi syariah, Asuransi Syariah untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak terulangi, maka seorang karyawan, Asuransi Syariah terlebih lagi *Customer Service* harus tahu sebab-sebab nasabah kabur meninggalkan Asuransi Syariah.

Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan :

a. Pelayanan yang tidak memuaskan.

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pertanyaan yang diberikan. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik: (dicoekin), merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau nasabah merasa tersinggung.

b. Produk yang tidak baik.

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dihandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas CS tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

10. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibeasuransi syariah kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari asuransi syariah pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari asuransi syariah yang bersangkutan.

Untuk mengatasi hal-hal tersebut di atas maka perlu diketahui cara-cara membuat nasabah betah berurusan dengan asuransi syariah sebagai berikut:

1. Petugas *Customer Service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan
2. Cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Disamping itu pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
3. Ruang tunggu yang nyaman seperti ruangan yang lebar, sejuk penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, nasabah selalu merasa aman, tempat duduk yang nyaman serta tersedia bahan bacaan.
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

N. Analisis Pesaing

Dalam menjalankan strategi pemasaran yang kompetitif, Asuransi Syariah diharapkan terus-menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaingnya. Informasi mengenai kegiatan pesaing ini dapat dicari melalui berbagai cara, baik melalui intelijen pemasaran yang dimiliki Asuransi Syariah maupun dari sumber informasi lainnya. Tujuannya adalah Asuransi Syariah agar mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang mana dan di mana letak kelemahan pesaing. Dengan mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing, maka perusahaan dapat dengan mudah melakukan berbagai serangan terhadap kelemahan pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi serangan balik dari pesaingnya.

Hal-hal yang perlu diketahui dari pesaing dan terus-menerus kita , pantau adalah dengan cara membanuingskan produk pesaing baik mutu, kemasan, lebel atau lainnya

dengan produk yang kita memiliki. Kemudian juga membandingkan kelebihan produk yang dimiliki pesaing berikut kelemahan yang dimilikinya. Bagi Asuransi Syariah mutu produk adalah kelebihan yang dimiliki oleh produk, misalnya dalam hal simpanan masalah penarikan dapat dilakukan setiap saat dan kapan saja serta dapat dilakukan di berbagai tempat. Asuransi Syariah juga harus menyediakan berbagai produk Asuransi Syariah yang lengkap sehingga apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah sudah tersedia.

Hal lain adalah membandingkan harga yang ditawarkan pesaing kepada pelanggan di berbagai tempat. Masalah harga juga merupakan masalah penting, bagi Asuransi Syariah dalam hal ini adalah masalah penentuan premi baik asuransi umum maupun asuransi keluarga. Demikian juga mengenai pembebanan biaya-biaya kepada nasabahnya juga harus memperhatikan yang dilakukan oleh pesaing. Sedikit saja selisih antara premi dan klaim yang dibeasuransi syariah sudah sangat mempengaruhi Asuransi Syariah.⁹⁸

Selanjutnya hal yang perlu selalu dipantau adalah masalah distribusi produk atau saluran distribusi. Dalam hal ini Asuransi Syariah harus pandai dalam menentukan lokasi cabang yang benar-benar strategis dibandingkan pesaing. Begitu pula dengan masalah *lay out* gedung dan *lay out* ruangan harus dilakukan sebaik apa yang dilakukan pesaing. Masalah lokasi dan *lay out* ini pada akhirnya akan membuat nasabah merasa nyaman dan aman bila berhubungan dengan Asuransi Syariah.

Yang terakhir adalah masalah promosi yang dilakukan pesaing. Promosi yang perlu dipantau apakah melalui iklan, penjualan pribadi, publisitas atau promosi penjualan. Bagi Asuransi Syariah untuk menarik nasabah tidak lain adalah satu senjata yang ampuh adalah melalui promosi. Terutama dalam hal pemberian hadiah pelayanan yang mengesankan atau langsung datang memberikan berbagai bantuan kepada nasabah. Semakin sering Asuransi Syariah

⁹⁸ Kasmir, *Manajemen perbakan*, 231

berpromosi akan semakin baik dibandingkan dengan apa yang dilakukan pesaing.

Untuk memantau kegiatan pemasaran pesaing ini maka kita kenal dengan istilah analisis pesaing. Kegiatan ini meliputi: mengidentifikasi pesaing, menentukan sasaran pesaing, identifikasi strategi pesaing, analisis kekuatan dan kelemahan pesaing, menentukan sasaran pesaing, identifikasi reaksi pesaing dan strategi menghadapi pesaing.

Dari kegiatan ini akan dapat diketahui siapa pesaing kami, apa sasaran yang ingin mereka capai, bagaimana strategi yang mereka lakukan, apa dan di mana kekuatan dan kelemahan pesaing, bagaimana pola reaksi mereka, siapa-siapa saja yang perlu diserang lebih dulu dan bagaimana cara menyerangnya serta pesaing mana yang harus dihindari lebih dulu.

1. Identifikasi pesaing

Identifikasi pesaing perlu dilakukan agar kita mengetahui secara utuh, kondisi pesaing kita. Dengan demikian memudahkan kita untuk menetapkan langkah selanjutnya. Identifikasi pesaing meliputi:

- a. Jenis produk yang ditawarkan, bagi Asuransi Syariah pesaing selain Asuransi Syariah itu sendiri juga lembaga keuangan seperti lembaga pembiayaan, pegadaian, dana pensiun, koperasi simpan pinjam, pasar modal atau pasar uang. Kelompok Asuransi Syariah adalah pesaing utama terdekat sedangkan kelompok lembaga keuangan merupakan pesaing jauh yang kedua-duanya butuh perhatian. Identifikasikan siapa pesaing utama yang terdekat serta seberapa besar jenis produk yang ditawarkan masing-masing pesaing. Lihat besarnya pasar yang dikuasai (*market share*) pesaing melalui segmen pasar yang akan dimasuki. Dalam hal ini kita harus mengestimasi besarnya pasar dan *market share* masing-masing pesaing. *Market share* yang harus diketahui adalah untuk masa sekarang dan dimasa yang akan datang. baik yang dikuasai pesaing maupun secara keseluruhan.

- b. Dengan mengestimasi besarnya market share maka akan kelihatan peluang yang ada serta masalah yang mungkin timbul sekarang dan dimasa yang akan datang. Setiap peluang harus segera dimasuki dan berusaha lah menciptakan peluang baru yang sebesar-besarnya. Demikian pula dengan kemungkinan masalah yang timbul harus cepat segera diantisipasi, sehingga tidak menimbulkan masalah.
 - c. Identifikasi keunggulan yang dimiliki pesaing dalam bidang tertentu. Demikian pula dengan kelemahan-kelemahan yang mereka miliki.
2. Menentukan Sasaran Pesaing

Setelah kita mengetahui pesaing terdekat dan pesaing lainnya. Berikut market share yang telah dikuasai maka kita perlu atau apa sasaran dan pesaing dan siapa yang menjadi target mereka selanjutnya. Sasaran mereka bisa saja memaksimalkan laba atau memperbesar market share atau bisa juga meningkatkan mutu produk kalau mungkin juga bertujuan untuk mematikan atau menghambat pesaing lainnya.

Jika sasaran mereka untuk memaksimalkan laba, kita perlu tabu dalam hal ini tindakan apa yang akan mereka ambil. Sasaran untuk memaksimalkan laba ini dapat dilakukan melalui peningkatan kepuasan konsumen dengan berbagai cara misalnya melalui pelayanan atau harga yang relatif murah.

Jika sasarannya untuk memperbesar pasar, kita perlu tju pertumbuhan market share yang dimiliki. Biasanya meningkatkan market share dapat dilakukan dengan promosi yang cukup gencar dengan diimbangi pembukaan cabang yang gencar pula. Peningkatan market share juga dapat dilakukan dengan cara penurunan harga, mengingat mereka memiliki biaya operasional yang relatif lebih rendah jika dibandingkan pesaing. Yang juga perlu diselidiki bahwa peningkatan market share dapat pula dilakukan dengan cara mengambil market share pesaing lainnya.

Begitu pula dengan meningkatkan mutu produk juga dilakukan untuk menggaet nasabah milik pesaing.

Peningkatan mutu produk dilakukan dengan memberikan berbagai kelebihan baik pelayanan atau kelebihan lainnya jika dibandingkan dengan mutu produk pesaing.

3. Identifikasi Strategi Pesaing

Setiap pesaing sudah pasti memiliki strategi tersendiri untuk mematikan lawannya. Semakin ketat persaingan, maka semakin canggih strategi yang dijalankan. Bukan tidak mungkin Setiap strategi yang dijalankan memiliki kemiripan. Oleh karena itu perusahaan harus pandai memulai dan kapan harus berhenti.⁹⁹

Berbagai strategi dapat dijalankan multi dari strategi menyerang pesaing yang lemah lebih dulu atau langsung menyerang lawan yang kuat. Strategi lain adalah penyerangan secara gerilya terhadap kelemahan yang dimiliki pesaing. Strategi gerilya ini dilakukan menunggu pesaing lengah atau legah. Kemudian strategi juga dapat dilakukan dengan cara bertahan terhadap setiap serangan yang dilakukan pesaing atau dapat pula dilakukan dengan cara mengimbangi serangan yang dilakukan pesaing.

4. Analisis Kekuatan dan Kelemahan Pesaing.

Sebelum melakukan strategi dalam menghadapi pesaing maka terlebih dulu perusahaan harus mengetahui kelemahan dan kekuatan yang dimiliki oleh pesaing. Kekuatan yang dimiliki pesaing harus dipertimbangkan mengingat mereka dapat pula memanfaatkan kekuatan untuk melakukan serangan balik. Kesiapan melihat kekuatan pesaing sangat diperlukan. Demikian pula dengan mengetahui kelemahan pesaing memudahkan perusahaan untuk melakukan serangan balik.

Identifikasi kelemahan dan kekuatan dapat dilakukan melalui tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Mencari dan mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berhubungan sasaran, strategi dan kinerja pesaing.

⁹⁹ Don sexton. 2006, *Marketing* 101, (Jakarta: BIP), 231

- b. Mencari tahu kekuatan pesaing dalam hal keuangan, sumber daya manusia, teknologi serta lobi di pasar.
- c. Mengetahui market share yang dikuasai pesaing dan tindakan pesaing terhadap pelanggan.

Semua data dan informasi yang dibutuhkan dapat dilakukan melalui riset pemasaran, baik langsung melakukan intelijen ke perusahaan atau lewat lembaga lain. Informasi tentang data pesaing juga dapat diperoleh dari pelanggan, karyawan atau lembaga lain. Metode pengumpulan data ini dapat dilakukan dengan pengumpulan data sekunder maupun data primer.

Dengan diketahuinya informasi tentang kekuatan dan kelemahan pesaing maka dibuat daftar kelemahan dan kekuatan masing-masing sebagai langkah bagi perusahaan untuk melakukan strategi selanjutnya. Informasi kekuatan dan kelemahan pesaing dilakukan misalnya dalam bidang Keuangan, Sumber Daya Manusia, Produksi dan Teknologi atau dalam bidang Pemasaran itu sendiri. Kelemahan dan kekuatan pesaing juga dapat dilihat dari segi produk, harga, distribusi maupun promosi yang mereka lakukan.

Bagi asuransi syariah kekuatan dan kelemahan pesaing harus dilihat dari keseluruhan misalnya:

- a. Jumlah produk yang ditawarkan.
- b. Jumlah nasabah yang dimiliki.
- c. Jumlah dana yang terhimpun.
- d. Jumlah dana yang disalurkan
- e. Jumlah cabang yang dimiliki
- f. Besarnya premi yang ditawarkan
- g. Besarnya biaya lainnya seperti biaya administrasi, biaya promosi, iuran sewa, biaya tagihan, biaya kirim dan biaya lainnya
- h. Kelebihan produk yang ditawarkan pesaing
- i. Besarnya hadiah yang ditawarkan
- j. Sumber daya manusia yang dimiliki
- k. Teknologi yang dimiliki
- l. Kecepatan dalam melayani nasabah

Bandingkan kelengkapan produk pesaing terdekat dengan produk yang kita miliki, baik dari segi jumlah maupun kelebihan produk itu sendiri. Tentu saja

perusahaan Asuransi yang memiliki produk yang lengkap dan memiliki kelebihan tertentu akan lebih unggul dari perusahaan Asuransi Syariah paling tidak untuk sementara waktu. Dengan demikian memudahkan pengelola perusahaan Asuransi Syariah untuk menutupi kelemahan yang dimiliki.

Jumlah nasabah yang dimiliki oleh pesaing dibandingkan dengan jumlah yang dimiliki Asuransi Syariah. Nasabah ini adalah nasabah asuransi umum dan nasabah asuransi. Banyaknya jumlah nasabah menunjukkan salah suatu Asuransi Syariah tersebut diminati. Pengelola Asuransi Syariah perlu tahu mengapa nasabah di Asuransi Syariah tersebut secara jumlah lebih banyak, atau apa yang menjadi daya tarik, nasabah sehingga kita tahu kelemahannya selanjutnya.¹⁰⁰

Jumlah cabang yang dimiliki oleh pesaing merupakan salah satu ukuran kemampuan pesaing dalam melayani nasabahnya. Semakin dekat pesaing dengan nasabah maka akan semakin berbahaya bagi Asuransi Syariah, terutama didaerah strategis.

Besar kecilnya biaya premi dan biaya lainnya yang ditawarkan oleh pesaing khususnya di Indonesia merupakan problem bagi perusahaan Asuransi Syariah. Kita perlu tahu mengapa pesaing berani menawarkan premi rendah untuk asuransi keluarga dan tinggi untuk asuransi umum. Dan juga pengelola Asuransi Syariah perlu tahu berapa lama penentuan premi yang kompetitif tersebut diberlakukan. Untuk premi asuransi keluarga biasanya pesaing menawarkan premi bunga yang relative rendah . sedangkan untuk asuransi umum biasanya lebih rendah. Begitu pula dengan biaya-biaya yang dibebaskan syariahan kepada setiap layanan Asuransi Syariah yang diberikan kepada nasabah.

Kelebihan produk yang ditawarkan pesaing, misalnya kecepatan pelayanan, keramahan dalam

¹⁰⁰ Ibid, 237.

pelayanan, tersedia berbagai pilihan diberbagai tempat, atau produk multi fungsi dan kelebihan lainnya. Kemudian termasuk besarnya hadiah yang ditawarkan kepada nasabahnya.

Pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat terpengaruhi oleh teknologi yang dimiliki oleh Asuransi Syariah tersebut. Teknologi yang dimiliki pada akhirnya akan mengakibatkan keunggulan dipihak pesaing apabila pengelola Asuransi Syariah tidak menyainginya.

5. Identifikasi Reaksi Pesaing.

Setiap tindakan yang dilakukan pengelola Asuransi Syariah baik sasaran maupun strategi akan menjadi perhatian pesaing. Reaksi terhadap tindakan yang dilakukan ditanggapi secara beragam oleh pesaing. Reaksi pesaing mulai dari langsung membalas atau diam atau berusaha untuk mempelajari lebih dulu. Bagi perusahaan Asuransi Syariah yang kuat biasanya langsung menyerang balik. Oleh karena itu pengelola Asuransi Syariah juga harus mempertimbangkan reaksi pesaing terhadap tindakan yang dilakukan. Usahakan jangan sampai Asuransi Syariah malah tidak kuat untuk menghadapi serangan pesaing secara langsung. jangan sampai serangan balik malah menjadi bumerang bagi strategi Asuransi Syariah.

Sebagai contoh reaksi pesaing apabila Asuransi Syariah menaikkan premi asuransi keluarga atau memberikan hadiah, adalah juga menurunkan premi yang lebih rendah Asuransi Syariah. Demikian pula jika memberikan hadiah berupa undian, pesaing juga memberikan dengan nilai yang lebih tinggi.

6. Memilih Pesaing untuk Diserang atau Dihindari.

Dalam rangka melawan pesaing perlu pengelola Asuransi Syariah memilih mana yang akan diserang lebih dulu dan yang berikutnya. Penyerangan hendaknya dilakukan secara hati-hati apakah serangan secara langsung, bertubi-tubi atau secara bergerilya. Penyerangan langsung mungkin dilakukan terhadap

mereka atau pesaing yang lemah.

Dalam praktiknya juga harus pandai melakukan penyerangan dalam rangka menghindari untuk sementara waktu pesaing yang dianggap kuat. Seperti dikatakan sebelumnya bahwa pesaing yang kuat akan segera membalasnya jika diserang oleh karena itu ukur kekuatan sebelum melakukan penyerangan serta ukur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh pesaing.

7. Strategi Menghadapi Pesaing.

Sering disebut strategi menghadapi lawan adalah dengan memasang strategi yang kompetitif. Strategi kompetitif dilakukan dengan melihat diposisi mana Asuransi Syariah berada sebelum melakukan penyerangan. Posisi ini juga akan menentukan model serangan yang akan dilakukan. Posisi Asuransi Syariah dibandingkan dengan pesaing dapat diukur dari kemampuan keuangan, teknologi dan kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki.

Dalam praktiknya strategi kompetitif dapat dilakukan untuk posisi-posisi sebagai berikut:

a. Strategi pemimpin pasar (*market leader*)

Merupakan pemimpin pasar dalam berbagai hal seperti menciptakan produk baru, memberikan promosi, meningkatkan kualitas produk yang sudah ada dan hal-hal lain sebelum dilakukan oleh pesaing. Kegiatan pemimpin pasar ini selalu diikuti oleh pesaing terutama pesaing terdekat. Misalnya keluarnya produk baru kartu kredit yang dapat digunakan untuk berbagai fungsi, akan segera diikuti oleh perusahaan Asuransi lain. Begitu pula pemberian hadiah melalui promosi akan diikuti oleh pesaing.

b. Strategi penantang pasar (*market chalanger*)

Merupakan penantang pasar, artinya merupakan penantang pemimpin pasar. Bukan tidak mungkin posisi pasar yang dipegang oleh pemimpin pasar akan segera diambil alih oleh penantang pasar. Dalam melakukan strateginya penantang pasar juga sering mendahului pemimpin pasar, misalnya

dalam hal peluncuran produk baru, penurunan harga atau pemberian promosi besar-besaran.

c. Strategi pengikut pasar (*market follower*)

Merupakan pesaing yang hanya mengikuti kegiatan pemimpin dan penantang pasar. Artinya setiap gerakan yang dilakukan pemimpin dan penantang pasar selalu diikuti pengikut pasar. Seandainya mau melakukan penyerangan, maka paling-paling yang diserang adalah relung pasar.

d. Strategi Relung pasar (*market nicher*)

Merupakan pemain yang bermain adalah lingkungan tersendiri tanpa dipengaruhi oleh pesaing lainnya. Posisi ini memiliki celah tersendiri dalam pasar. Terkadang posisi ini tidak pernah dipedulikan oleh pemimpin pasar atau penantang pasar.

Kemudian Asuransi Syariah juga perlu melakukan perlindungan terhadap setiap serangan. Perlindungan yang diberikan berupa pertahanan dalam menghadapi serangan haruslah dibuat sedemikian rupa sesuai dengan kemampuan perusahaan. Perlindungan ini lebih ditekankan untuk melindungi market share yang dimiliki perusahaan. Adapun perlindungan diri yang dapat digunakan adalah:

- 1) Pertahanan pasar.
- 2) Pertahanan samping.
- 3) Pertahanan menyerang lebih dulu.
- 4) Pertahanan menyerang balik.
- 5) Pertahanan mudah gerak.
- 6) Pertahanan kontraktif.

E. Kesimpulan.

Dalam memasarkan produk Asuransi Syariah harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang, Asuransi Syariah sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan, produknya. Dengan demikian, pengelola Asuransi Syariah dapat menciptakan

produk yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah, disamping itu pengelola Asuransi Syariah juga harus dapat mengetahui lingkungan pemasaran.

Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhi mempermudah Asuransi Syariah untuk melakukan strategi guna merebut hati nasabah. Strategi yang dilakukan meliputi penentuan strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan lay out dan strategi promosi. Strategi ini kita kenal dengan nama bauran pemasaran (*marketing mix*).

Dalam strategi produk misalnya pengelola Asuransi Syariah harus dapat memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Strategi harga adalah bagaimana pengelola Asuransi Syariah menetapkan harga produknya. Strategi lokasi dan lay out bagi pengelola Asuransi Syariah adalah bagaimana menentukan lokasi dan lay out suatu cabang Asuransi Syariah. Kemudian strategi promosi terhadap produk yang ditawarkan kepada nasabah baru atau calon nasabah. Promosi juga dilakukan untuk mempertahankan nasabah lama.

E. BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. 2006, *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.

Dr. Suliyanto. 2010, *Studi Kelayakan Bisnis*. (Yogyakarta: Andi Offset,)

Naresh K. Malhotra. 2005, *Riset Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

John C.Mowen/Michael Minor. 2002, *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Tum Desem Waringin. 2008, *Marketing Revolution*. Jakarta: PT Gramedia,

Philip Kotler. 1989, *Manajemen Pemasaran Vol. 1*. Jakarta: Erlangga.

Tim Markesis. 2009, *Pemasaran*. Yogyakarta: Markesis.

- Don Sexton, Ph.D. 2007, *Marketing 101*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- John Jantsch. 2004, *Pemasaran Dust Tape Tuntutan Pemasaran Usaha Kecil yang Paling Praktis di Seluruh Dunia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kasmir, 2004, *Pemasaran bank*. Jakarta: Kencana.
- Abdul Wadud Nafis. 2010, *Entrepreneurship. Cara Mudah Menjadi Kaya*. (Jakarta. Mitra Abadi Press.
- Mohammad Sholihin. 2010, *Hebatnya Marketing Muhammad SAW*. Yogyakarta. CV. Solusi Distribusi.
- Naresh K. Malhotra. 2005, *Riset Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Ronny Kountur, D.M.S., Ph.D. 2008, *menguasai Riset Pemasaran*. Jakarta:PPM.

BAB XI

MEKANISME PENDIRIAN PERUSAHAAN ASURANSI SYARIAH DI INDONESIA

A. Pendahuluan

Istilah asuransi di Indonesia berasal dari kata Belanda *assurantie* yang kemudian menjadi “asuransi” dalam bahasa Indonesia. Sebenarnya bukanlah istilah asli bahasa Belanda akan tetapi berasal dari bahasa latin, yaitu *assecurare* yang berarti “meyakinkan orang”. Menurut etimologi bahasa Arab istilah Asuransi Syariah atau Takaful berasal dari akar kata kafala. Dan ada juga yang meterjemahkannya dengan makna saling menjamin. Asuransi Syariah atau takaful menurut Juhaya S. Praja adalah “Saling memikul risiko di antara sesame orang sehingga antara satu dengan lainnya menjadi penanggung atas risiko yang lainnya. Saling pikul risiko itu dilakukan atas dasar saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana ibadah (*tabarru'*) yang ditunjukkan untuk menanggung risiko tersebut.

Sedangkan di Indonesia, Asuransi Syariah merupakan sebuah cita-cita yang telah dibangun sejak lama, dan telah menjadi sebuah lembaga asuransi modern yang siap melayani umat Islam Indonesia dan bersaing dengan lembaga asuransi konvensional. Adapun perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia baru ada pada akhir tahun 1994, yaitu berdirinya Asuransi Takaful Indonesia pada tanggal 25 Agustus 1994, dengan diresmikannya PT Asuransi Takaful Keluarga melalui SK Menkeu No. Kep-385/KMK.017/1994. Melalui berbagai seminar nasional dan setelah mengadakan studi banding dengan Takaful Malaysia, akhirnya berdirilah PT Syarikat Takaful Indonesia (PT STI) sebagai Holding Company pada tanggal 24 Februari 1994. Kemudian PT STI mendirikan 2 anak perusahaan, yakni PT Asuransi Takaful Keluarga (Life Insurance) dan PT Asuransi Takaful Umum (General Insurance). PT Asuransi Takaful Keluarga diresmikan lebih awal pada tanggal 25 Agustus 1994 oleh Bapak Mar'ie Muhammad selaku Menteri Keuangan saat itu. Setelah keluarnya izin operasional perusahaan pada tanggal 4 Agustus 1994.

Dasar hukum yang terkait dengan Asuransi Syariah, yaitu Allah berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya” (QS. Al-Maidah: 2)

Asuransi Syariah adalah salah satu bentuk lembaga keuangan di Indonesia. Untuk mendirikan perusahaan Asuransi Syariah tidak jauh beda dengan pendirian perusahaan lembaga keuangan lainnya. Dalam tulisan ini akan dijelaskan mekanisme pendirian perusahaan Asuransi Syariah di Indonesia. Ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan yang mengajukan permohonan izin untuk mendirikan perusahaan Asuransi Syariah sesuai dengan peraturan pemerintah No.39 Tahun 2008.

B. Proses Pendirian Asuransi Syariah.

Permohonan izin usaha adalah alat atau instrumen untuk membina, mengarahkan, mengawasi, dan menerbitkan penerbitan usaha. Permohonan izin usaha ini diwajibkan bagi semua perusahaan di Indonesia baik perusahaan yang berbentuk konvensional ataupun yang berbasis Syariah. Begitu juga setiap pihak yang melakukan usaha perasuransian wajib mendapat izin usaha dari menteri keuangan, kecuali bagi perusahaan yang menyelenggarakan program asuransi sosial.

Mengenai pendirian perusahaan Asuransi Syariah membutuhkan beberapa persiapan, yaitu pengurusan izin usaha, permodalan, penentuan tempat atau lokasi usaha, pengadaan fasilitas produksi, perekrutan dan penempatan SDM (Sumber Daya Manusia), dan persiapan administrasi usaha.

1. Permohonan Izin Usaha Perusahaan Asuransi Syariah dan Perusahaan Reasuransi

Setiap perusahaan Asuransi Syariah yang mengajukan izin usahanya kepada menteri keuangan diharuskan memenuhi persyaratan-persyaratan yang telah ditetapkan dalam peraturan pemerintah¹⁰¹, yang diantaranya adalah:

- a. Anggaran Dasar perusahaan yang telah mendapat pengesahan dari instansi yang berwenang. Anggaran dasar merupakan aturan-aturan atau rambu-rambu bagi suatu perusahaan untuk mengatur jalannya aktifitas perusahaan. Anggaran dasar harus sesuai dengan tujuan suatu perusahaan tersebut, sehingga dapat mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan perusahaan.
- b. Susunan Organisasi dan Kepengurusan perusahaan yang menggambarkan pemisahan fungsi dan uraian tugas. Setiap perusahaan atau organisasi pasti mempunyai struktur organisasi, yang berfungsi untuk memenej perusahaan dengan baik, dengan adanya struktur organisasi akan mempermudah dalam mencapai tujuan perusahaan, karena dengan stuktur organisasi akan menjadi jelas *job description* dan fungsi masing-masing pengurus. Susunan organisasi perusahaan paling sedikit meliputi fungsi¹⁰²:
 - 1) Pengelolaan risiko, fungsi pengelolaan keuangan, dan fungsi pelayanan bagi Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi.
 - 2) Pengelolaan keuangan dan fungsi pelayanan bagi Perusahaan Pialang Asuransi dan Perusahaan Pialang Reasuransi.
 - 3) Dan bagi Perusahaan Agen Asuransi, Perusahaan Penilai Kerugian Asuransi, dan Perusahaan Konsultan Aktuaria, yaitu fungsi teknis sesuai dengan bidang jasa yang diselenggarakannya.

¹⁰¹ peraturan pemerintah republik indonesia nomor 39 tahun 2008,tentang perubahan kedua atas peraturan pemerintah nomor 73 tahun 1992 tentang penyelenggaraan usaha perasuransian

¹⁰² peraturan pemerintah republik indonesia nomor 39 tahun 2008,pasal 3 pasal 1 huruf C

- c. Tenaga Ahli yang memiliki kualifikasi sesuai dengan bidang usahanya. Perusahaan Asuransi Syariah yang mengajukan izin juga harus menyertakan nama-nama pengurus perusahaan yang sudah dipilih sesuai dengan keahliannya. Dalam menyeleksi tenaga ahli ini harus benar-benar memilih orang yang kompeten dibidangnya. Sedangkan masalah kecukupan tenaga ahli tergantung faktor-faktor kebutuhan perusahaan tersebut, seperti jumlah cabang, jenis produk yang dipasarkan, dan volume usaha
- d. Perjanjian Kerjasama dengan pihak asing yang dinyatakan dalam bahasa Indonesia, dalam hal terdapat penyertaan langsung oleh pihak asing.
- e. Bagi perusahaan asuransi, spesifikasi program asuransi yang akan dipasarkan beserta program reasuransinya. Perusahaan Asuransi Syariah juga harus menyatakan secara tegas bahwa perusahaan akan menjalankan kegiatan usaha sebagai perusahaan asuransi jiwa, perusahaan asuransi kerugian, perusahaan reasuransi, perusahaan pialang asuransi, perusahaan pialang reasuransi, perusahaan penilai kerugian asuransi, perusahaan konsultan aktuaria, atau perusahaan agen asuransi. Begitu juga perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi yang menyelenggarakan seluruh atau sebagian usahanya berdasarkan prinsip Syariah, di dalam anggaran dasarnya harus juga dinyatakan secara tegas bahwa perusahaan menjalankan usaha asuransi atau reasuransi berdasarkan prinsip Syariah.
- f. Daftar riwayat hidup dan bukti pendukungnya dari Pengurus dan Tenaga Ahli yang dipekerjakan. Perusahaan Asuransi Syariah yang mengajukan permohonan izin juga harus menyertakan daftar riwayat hidup pengurus dan tenaga ahli, hal ini dilakukan untuk menganalisa dan memastikan orang-orang yang akan mengelola perusahaan Asuransi Syariah.
- g. Pernyataan bahwa Direksi bagi perusahaan Asuransi Syariah tidak merangkap jabatan eksekutif pada perusahaan lain. Artinya, seorang direksi dari

perusahaan tersebut tidak boleh mempunyai jabatan lain selain di perusahaan Asuransi Syariah itu sendiri. Hal ini untuk mengantisipasi dualisme bagi direksi, karena ketika direksi mempunyai jabatan lebih dari satu, maka cenderung mengutamakan salah satunya dan mendiskriminasikan yang lainnya.

- h. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) bagi perusahaan yang dimintakan izin usaha berikut NPWP Pengurus perusahaan, Dewan Komisaris dan pemegang sahamnya, kecuali bagi wajib pajak luar negeri. Ketentuan ini Sudah menjadi ketetapan pemerintah bahwa setiap wajib pajak baik individu maupun pemilik perusahaan harus mempunyai Nomor Induk Wajib Pajak (NPWP). Wajib pajak yang tidak mendaftarkan diri ke Kantor Pelayanan Pajak akan dikenakan sanksi pidana sesuai pasal 39 Undang-Undang No. 16 Tahun 2000 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang No.6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakannya.
- i. Bukti bahwa sekurang-kurangnya separuh dari jumlah Pengurus perusahaan telah memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang usaha perasuransian sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Karena ketika pengurus perusahaan tidak berpengalaman dalam bidangnya, maka perusahaan tersebut tidak akan berjalan sesuai dengan harapan dan tujuan perusahaan.
- j. Bukti bahwa Pengurus Perusahaan yang bertanggung jawab pada fungsi pengelolaan risiko telah memiliki pengalaman di bidang tersebut sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.
- k. Bukti pemenuhan modal disetor berupa fotokopi deposito atas nama Menteri Keuangan untuk kepentingan perusahaan yang bersangkutan yang telah dilegalisasi oleh asuransi syariah penerima deposito tersebut.
- l. Laporan Keuangan yang meliputi Neraca Pembukaan dan Laporan Laba-rugi.

- m. Program kerja serta rincian persiapan yang telah dilakukan oleh perusahaan yang sekurang-kurangnya meliputi:
- 1) Proyeksi neraca, perhitungan laba rugi, dan arus kas, berikut asumsi-asumsinya yang mendukungnya, untuk sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun mendatang.
 - 2) Realisasi pemenuhan sumber daya manusia dan prasarana berikut rencana di bidang kepegawaian, termasuk rencana pengembangan sumber daya manusia, untuk sekurang-kurangnya 3 (tiga) tahun mendatang.
 - 3) Sistem pengolahan data yang dapat menghasilkan informasi yang akurat dan dapat dipertanggung-jawabkan dalam pengambilan keputusan berikut formulir yang dipergunakan.
 - 4) Sistem administrasi yang memenuhi pengendalian intern.
 - 5) Pedoman operasional yang akan dijadikan pedoman kerja bagi masing-masing unit organisasi.
 - 6) Pernyataan tertulis dari perusahaan asuransi atau perusahaan reasuransi yang memuat dukungan kerja sama reasuransi. Selanjutnya, selambat-lambatnya 30 (tiga puluh hari) sejak tanggal pemberian izin usaha, perusahaan harus menyampaikan realisasi program dukungan reasuransi tersebut.
- n. Untuk Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi yang menyelenggarakan seluruh atau sebagian usahanya berdasarkan prinsip Syariah, memiliki Dewan Pengawas Syariah(DPS)¹⁰³. Salah satu perbedaan dari asuransi konvensional, bahwa pada Asuransi Syariah terdapat yang namanya Dewan Pengawas Ayariah (DPS), yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Dewan Nasional Syariah (DNS)-MUI. Peran utama para ulama dalam DPS

¹⁰³ peraturan pemerintah republik indonesia nomor 39 tahun 2008,pasal 3 ayat 1 huruf e2

adalah mengawasi jalanya operasional sehari-hari lembaga keuangan Syariah, agar selalu sesuai dengan ketentuan-ketentuan Syariah. hal ini karena transaksi yang berlaku dalam lembaga keuangan Syariah (LKS) sangat khusus jika dibandingkan dengan lembaga konvensional. Kerena itu diperlukan garis panduan yang mengaturnya. Garis panduan ini disusun dan ditentukan oleh DPS¹⁰⁴.

Fungsi DPS:¹⁰⁵

- 1) Melakukan pengawasan secara periodik pada LKS yang berada dibawah pengawasannya.
- 2) Berkewajiban mengajukan usul-usul pengembangan LKS kepada pimpinan lembaga yang bersangkutan dan DSN.
- 3) Melaporkan perkembangan produk dan operasional LKS yang diawasinya kepada DSN sekurang-kurangnya dua kali dalam satu tahun anggaran.
- 4) Merumuskan permasalahan-permasalahan yang memerlukan pembahasan-pembahasan DSN.

Bagi perusahaan Asuransi Syariah yang di dalamnya terdapat penyertaan langsung oleh pihak asing maka harus menyertakan beberapa hal yang terkait dengan orang asing tersebut, diantaranya:

- 1) Rekomendasi dari badan pembina dan pengawas asuransi pihak asing yang menyatakan bahwa pihak asing memiliki reputasi baik dan izin usahanya masih berlaku.
- 2) Laporan keuangan yang telah diaudit untuk 2 (dua) tahun terakhir baik bagi pihak asing maupun pihak Indonesia. Laporan keuangan pihak asing harus menggambarkan pemilikan modal sendiri sekurang-kurangnya 2 (dua) kali dari besarnya penyertaan

¹⁰⁴ Muhammad syafi'I antonio. 1999, *asuransi syariah syariah wacana ulama dan cendikiawan*, (Jakarta; Tazkia institut), 284

¹⁰⁵ SK dewan pimpinan MUI tentang susunan pengurus DSN MUI No:kep-98/MUI/III/2001, tentang kedudukan dan fungsi DSN

langsung pada perusahaan yang dimintakan izin usahanya.

Setelah pihak perusahaan asuransi mengajukan permohonan izin, Pemberian atau penolakan permohonan izin usaha yang disampaikan akan diberikan selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari sejak permohonan diterima secara lengkap oleh menteri keuangan.

Perusahaan yang telah memperoleh izin usaha dari dapat mengajukan permohonan kepada Menteri Keuangan untuk mencairkan modal disetor yang ditempatkan dalam bentuk deposito atas nama Menteri Keuangan. Selanjutnya perusahaan tersebut sudah bisa beroperasi.

Untuk perusahaan Asuransi Syariah yang permohonan izinnya ditolak, maka akan disampaikan dengan penolakannya secara tertulis dari menteri keuangan. Perusahaan yang permohonan izinnya ditolak, maka mengajukan pencairan deposito yang telah disetorkan atas nama menteri keuangan sebagai jaminan. Sama halnya dengan perusahaan yang ditolak izinnya adalah perusahaan asuransi yang membatalkan permohonan izinnya dalam pencairan deposito.

2. Modal

Ketika membangun sebuah perusahaan, selain membutuhkan aspek legalitas dan perizinan usaha, juga membutuhkan sejumlah modal untuk memuai kegiatan usaha. Untuk dapat mencapai tujuan usaha, salah satunya perlu membuat perencanaan keuangan secara matang, yaitu mengenai permodalan dan investasi. Modal dibagi menjadi 2, yaitu modal aktif dan modal pasif. Modal aktif adalah berupa tanah, gedung, perkakas dan modal uang (kas, wesel tagih, dan piutang). Modal pasif berupa saham-saham atau hak-hak para pemilik dan pemberi utang yang ditanyakan dalam uang.

Perusahaan yang mendirikan perusahaan Asuransi Syariah harus menyetorkan modal disetor kepada menteri keuangan yang berbentuk deposito atas nama menteri keuangan. Modal disetor minimum bagi pendirian Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi yang

menyelenggarakan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah adalah sebagai berikut¹⁰⁶:

- a. Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah), bagi Perusahaan Asuransi;
- b. Rp100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah), bagi Perusahaan Reasuransi.

Modal yang disetor harus dibayar secara tunai, modal yang disetor adalah sebagai jaminan atas perusahaan penyeter, jadi ketika perusahaan terjadi kebangkrutan maka ada modal disetor sebagai penopang. Adapun jaminan yang harus dimiliki oleh perusahaan asuransi adalah sebesar 20% dari modal yang disetor.

3. Penentuan Dan Pengurusan Tempat Usaha

Pada saat perusahaan membuka usaha, salah satu faktor yang paling penting adalah lokasi usaha. Tempat usaha yang tepat dan strategis akan menentukan kesuksesan sebuah perusahaan, dengan demikian pengurus perusahaan harus mampu memilih tempat yang mampu memberikan *profit* (keuntungan) terhadap usahanya, terutama dibidang perusahaan Asuransi Syariah. Misalnya, sebuah perusahaan Asuransi Syariah didirikan dikalangan yang penduduknya seratus persen non muslim, maka perusahaan asuransi tersebut tidak akan berjalan sesuai dengan rencana.

Selain penyediaan tempat, perusahaan Asuransi Syariah juga harus mempersiapkan perlengkapan-perengkapan perusahaan, seperti alat-alat kantor, alat transportasi, alat komunikasi dan lain sebagainya.

4. Perekrutan Dan Penetapan SDM (Sumber Daya Manusia)

Karyawan merupakan faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan usahanya, dengan demikian, perusahaan harus dapat memilih dan menentukan jumlah karyawan yang diperlukan untuk suatu kegiatan usaha. Karyawan yang mempunyai motivasi kerja, keterampilan kerja, loyalitas, tanggung jawab yang tinggi, serta menangani bidang

¹⁰⁶ peraturan pemerintah republik indonesia nomor 39 tahun 2008,pasal 6 ayat 2

kerja yang tepat (*the right man on the right place*). Hal-hal yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia, antara lain:

- a. Proses manajemen sumber daya manusia yang terdiri dari perencanaan sumber daya manusia.
- b. Tata usaha atau administrasi kepegawaian (surat-surat dan berkas yang berhubungan dengan karyawan).
- c. Kompensasi dan kesejahteraan karyawan meliputi penghitungan besar upah atau gaji.
- d. Jaminan perlindungan terhadap kecelakaan kerja dan pengawasan keselamatan kerja .

Penjelasan poin-poin diatas sebagai berikut:

a. Perencanaan Sumber Daya Manusia

Analisis jabatan diperlukan untuk membuat deskripsi pekerjaan (*job description*) dan spesifikasi pekerjaan (*job specification*). Untuk membuat analisis jabatan diperlukan data-data antara lain :

- 1) Nama pekerjaan (Kegiatan yang harus dikerjakan pada satu jabatan)
- 2) Wewenang dan tanggung jawab karyawan
- 3) Pendidikan dan pelatihan
- 4) Kondisi pekerjaan
- 5) Risiko atau bahaya pekerjaan

Dalam menentukan kualifikasi karyawan ada hal-hal yang perlu diperhatikan, antara lain, Pendidikan, Pengalaman kerja, Keahlian, fisik dan komunikasi, Tanggung jawab, Karakter tenaga kerja, usia, Jenis kelamin, keadaan fisik, Temperamen dan Bakat.

b. Rekrutmen Sumber Daya Manusia

Rekrutmen adalah suatu proses untuk mencari calon atau kadidat karyawan, buruh, manajer, atau tenaga kerja baru, untuk memperoleh tenaga kerja yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan organisasi, perusahaan dapat melakukan perekrutan secara internal dan eksternal. Untuk perekrutan karyawan perusahaan dapat melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Seleksi

- 2) Sosialisasi Dan Orientasi
- 3) Pelatihan (Training) Dan Pengembangan
- 4) Penilaian Prestasi Kerja
- 5) Promosi, Rotasi, Demosi, Dan PHK

5. Persiapan Administrasi Usaha

Kegagalan sebuah usaha dapat diawali dari tidak adanya system administrasi yang teratur, akurat, detail, dan rapi untuk dijadikan sebuah alat dalam melakukan analisa kinerja perusahaan dan bagian-bagiannya (departemen, fungsional, dan divisional)

a. Administrasi

Kata sadministrasi bersal dari kata bahasa latin, yaitu *ad* yang artinya intensif, dan *ministrare* yang artinya adalah melayani, membatu, melengkapi, dan memenuhi. Kata *administrasi* yang sering digunakan dalam bahasa indonesia berasal dari bahasa belanda yaitu “*administratie*” yang dalam bahasa inggris adalah “*administration*”. Menurut pendapat jhon M. P. Fiffer, administrasi adalah digunakan untuk sistem pencatatan, perorganisasian, pengkelompokan dan penjurusan data dari sumber manusia untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

b. Maksud Dan Tujuan Administrasi

Maksud dan tujuan dari diterapkan administrasi yang baik dan rapi adalah membatu kelancaran usaha dan pengelolaan perusahaan, khususnya dalam pencatatan dan pelaporan hasil usaha. Tujuan penting diterapkan administrsi yang baik adalah sebagai berikut: ¹⁰⁷

- 1) Mendapatkan informasi atas kegiatan usaha yang telah dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Mendapatatkan data yang akurat dalam tujuan yang mengambil keputusan strtegis (strategic decision making process) seperti keputusan permodalan, keputusan investasi, keputusan efisien, dan keputusan penetapan harga.

¹⁰⁷ Atmosudirdjo, S. Prajudi. 1980 , Prof. Dr, *Dasar-Dasar Ilmu Administrasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia), 89

- 3) Penyusun program dalam rencana pengembangan usaha.
- 4) Mengetahui kinerja perusahaan dulu dan sekarang.
- 5) Mempelanjari proses-proses antar bagi dalam menjalankan pekerjaannya.

Adapun kegunaan utama dari catatan administrasi perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Administrasi digunakan sebagai alat bukti (catatanya)
- 2) Administrasi digunakan sebagai alat manajemen (laporannya)
- 3) Administrasi dibutuhkan sebagai penilaian (catatan dan laporannya)

c. Kegiatan Administrasi

Kegiatan administrasi atau tata usaha meliputi seluruh pekerjaan pencatatan yang perlu dilakukan dalam perusahaan, antara lain :

- 1) Menyelenggarakan pembukuan
- 2) Membuat daftar gaji karyawan
- 3) Mencatat penyenggaraan produksi
- 4) Melakukan surat-menyurat kedalam dan keluar perusahaan
- 5) Mencatat pesanan-pesanan
- 6) Melakukan pengarsipan dokumen
- 7) Menyusun rencana anggaran perusahaan

C. Kesimpulan

Dari uraian di atas bisa disimpulkan bahwa mekanisme pendirian perusahaan Asuransi Syariah tidak jauh beda dengan perusahaan-perusahaan atau lembaga keuangan lainnya, hanya saja ada beberapa hal yang harus dipenuhi dalam pendirian perusahaan asuransi yang tidak ditemukan dalam pendirian lembaga keuangan lainnya. Misalnya, adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam perusahaan perasuransian Syariah.

Perusahaan yang ingin mendirikan Asuransi Syariah harus melalui tahap-tahap yang telah ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah No. 39 Tahun 2008. mengenai persyaratan pendirian, permodalan dan lain sebagainya, yaitu Izin pendirian, modal, sumberdaya dan admimistarsi.

D. BUKU BACAAN YANG DIANJURKAN.

1. Al-Quran dan Terjemahannya, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta,1990.
2. Antonio, Muhammad syafi'i, *asuransi syariah Syariah wacana ulama dan cendikiawan*,Tazkia Institut, Jakarta: 1991.
3. Atmosudirdjo, S. Prajudi, Prof. Dr, *Dasar-Dasar Ilmu Administrasi*, Ghalia Indonesia, Jakarta:1980
4. SK dewan pimpinan MUI tentang susunan pengurus DSN MUI No:kep-98/MUI/III/2001, tentang kedudukan dan fungsi DSN.
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2008.
6. Sumiro, Warkum, SH, MH, *Asas-Asas Perasuransi syariah Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait (BMUI dan Takaful) di Indonesia*, PT. Raja Grafindo, Jakarta:1996.
7. Sudarsono, Heri. *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Ekonisia, Yogyakarta: 2008.
8. Syahatah, Husain Husain, Dr. *Asuransi dalam Perspektif Syariah*. Amzah, Jakarta: 2006.
9. Wirdianingsih, SH., MH., et all. 2005. *Asuransi syariah dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta:Kencana

BAB XII

DASAR-DASAR FILOSOFI ASURANSI SYARIAH

A. Pendahuluan

Fakta sejarah menunjukkan bahwa Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif, yang mengatur semua aspek, baik dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik maupun yang bersifat spiritual.¹⁰⁸

Dalam menjalankan kehidupan ekonomi, tentu Allah telah menetapkan aturan-aturan yang merupakan batas-batas perilaku manusia sehingga menguntungkan suatu individu tanpa merugikan individu yang lain. Perilaku inilah yang harus diawasi dengan ditetapkannya aturan-aturan yang berlandaskan aturan Islam, untuk mengarahkan individu sehingga mereka secara baik melaksanakan aturan-aturan dan mengontrol dan mengawasi berjalannya aturan-aturan itu.

Hal yang berbeda dengan sistem ekonomi yang lainnya adalah terletak pada aturan moral dan etika ini. Aturan yang dibentuk dalam ekonomi Islam merupakan aturan yang bersumber pada kerangka konseptual masyarakat dalam hubungannya dengan Kekuatan Tertinggi (Allah SAW), kehidupan, sesama manusia, dunia, sesama makhluk dan tujuan akhir manusia. Sedangkan pada sistem yang lain tidak terdapat aturan-aturan yang menetapkan batas-batas perilaku manusia sehingga dapat merugikan satu pihak dan menguntungkan pihak lainnya.

Asuransi syariah merupakan salah satu instrumen transaksi, yang secara sistem operasional disesuaikan dengan syariah Islam.¹⁰⁹ Sehingga akad, mekanisme pengelolaan dana, mekanisme operasional perusahaan, budaya perusahaan (*corporate culture*), marketing dan produk harus sesuai dengan syariah. Namun yang perlu digaris bawahi juga adalah, bahwa Asuransi Syariah tidak

¹⁰⁸ Yusuf al-Qurdhawi. 1977, *al-Khasa'is al-ammah li ail-islam*, (Bairut: Muassah al-Risalah), 105.

¹⁰⁹ Husain Syahatah. 2006, *Asuransi dalam persepektif Islam*, (Jakarta: Amzah), 48.

semata-mata harus menjalankan sistem operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun lebih dari itu, ia juga harus mengimplementasikan suatu nilai yang menjadi “jantung” dari prinsip-prinsip syariah. Berpegang pada nilai-nilai ini sangat penting. Karena nilai-nilai inilah sesungguhnya yang merupakan ruh dari sistem operasional yang dilakukan secara syariah. Hilangnya nilai-nilai ini akan berdampak pada hilangnya “ruh” dari syariah

B. Nilai-nilai Asuransi Syariah.

Di dalam menjalankan usaha asuransi syariah, juga sangat diperlukan tegaknya nilai-nilai syariah, agar operasional asuransi syariah benar-benar mencerminkan ruh syariah yang sesungguhnya. Berikut adalah 10 nilai yang mendasar dalam pengelolaan asuransi syariah, yaitu :

1. Prinsip Tauhid

Tauhid merupakan prinsip dasar dalam asuransi syariah. Karena pada haekekatnya setiap muslim harus melandasi dirinya dengan tauhid dalam menjalankan segala aktivitas kehidupannya, tidak terkecuali dalam berasuransi syariah).¹¹⁰ Artinya bahwa niatan dasar ketika berasuransi syariah haruslah berlandaskan pada prinsip tauhid, mengharapkan keridhaan Allah SWT. Sebagai contoh dilihat dari sisi perusahaan, asas yang digunakan dalam berasuransi syariah bukanlah semata-mata meraih keuntungan, atau menangkap peluang pasar yang sedang cenderung pada syariah. Namun lebih dari itu, niatan awalnya adalah untuk mengimplementasikan nilai-nilai syariah dalam dunia asuransi. Sedangkan dari sisi nasabah, berasuransi syariah adalah bertujuan untuk bertransaksi dalam bentuk tolong menolong yang berlandaskan asas syariah, dan bukan semata-mata mencari “perlindungan” apabila terjadi musibah. Dengan demikian, maka nilai tauhid terimplementasikan pada industri asuransi syariah

2. Prinsip Keadilan

Prinsip kedua yang menjadi nilai-nilai dalam pengimplementasian Asuransi Syariah adalah prinsip

¹¹⁰ Ibd, 52.

keadilan. Artinya bahwa Asuransi Syariah harus benar-benar bersikap adil, khususnya dalam membuat pola hubungan antara nasabah dengan nasabah, maupun antara nasabah dengan perusahaan Asuransi Syariah, terkait dengan hak dan kewajiban masing-masing. Asuransi Syariah tidak boleh mendzalimi nasabah dengan hal-hal yang akan menyulitkan atau merugikan nasabah.¹¹¹

Ditinjau dari sisi asuransi sebagai sebuah perusahaan, potensi untuk melakukan ketidakadilan sangatlah besar. Seperti adanya unsur dana hangus (pada saving produk), dimana nasabah yang sudah ikut asuransi (misalnya asuransi pendidikan) dengan periode tertentu, namun karena suatu hal ia membatalkan kepesertaannya di tengah jalan. Pada asuransi syariah, **dana saving** nasabah yang telah dibayarkan melalui premi harus dikembalikan kepada nasabah bersangkutan, berikut hasil investasinya. Bahkan terkadang Asuransi Syariah merasa kebingungan ketika terdapat dana-dana saving nasabah yang telah mengundurkan diri atau terputus di tengah periode asuransi, lalu tidak mengambil dananya tersebut kendatipun telah dihubungi baik melalui surat maupun melalui media lainnya. Mau dikemanakan dana ini? Karena dana tersebut bukanlah milik Asuransi Syariah, namun milik nasabah. Namun telah bertahun-tahun diberitahu atau dihubungi, nasabah bersangkutan tidak juga mengambilnya. Hal ini tentu berbeda dengan asuransi pada umumnya.

3. Prinsip Tolong Menolong

Semangat tolong menolong merupakan aspek yang sangat penting dalam operasional Asuransi Syariah. Karena pada hekekatnya, konsep Asuransi Syariah didasarkan pada prinsip ini. Dimana sesama peserta *ber-tabarru'* atau berderma untuk kepentingan nasabah lainnya yang tertimpa musibah. Nasabah tidaklah berderma kepada perusahaan Asuransi Syariah, peserta

¹¹¹ Abdul Wadud Nafis. 2011, Ekonomi makro Islam, (Jakarta: Mitra abadai press), 157.

berderma hanya kepada sesama peserta saja. Perusahaan Asuransi Syariah bertindak sebagai pengelola saja. Konsekwensinya, perusahaan tidak berhak mengklaim atau mengambil dana *tabarru'* nasabah. Perusahaan hanya mendapatkan dari *ujrah (fee)* atas pengelolaan dana *tabarru'* tersebut, yang dibayarkan oleh nasabah bersamaan dengan pembayaran kontribusi (premi). Perusahaan Asuransi Syariah mengelola dana *tabarru'* tersebut, untuk diinvestasikan (secara syariah) lalu kemudia dialokasikan pada nasabah lainnya yang tertimpa musibah. Dan dengan konsep seperti ini, berarti antara sesama nasabah telah mengimplementasikan saling tolong menolong, kendatipun antara mereka tidak saling bertatap muka.

4. Prinsip Kerjasama

Antara nasabah dengan perusahaan Asuransi Syariah terjalin kerjasama, tergantung dari akad apa yang digunakannya. Dengan akad *mudharabah* dan *musytarakah*, terjalin kerjasama dimana nasabah bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) sedangkan perusahaan Asuransi Syariah sebagai *mudharib* (pengelola/ pengusaha). Apabila dari dana tersebut terdapat keuntungan, maka akan dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati, misalnya 40% untuk perusahaan Asuransi Syariah dan 60% untuk nasabah. Ketika kerjasama terjalin dengan baik, nasabah menunaikan hak dan kewajibannya, demikian juga perusahaan Asuransi Syariah menunaikan hak dan kewajibannya secara baik, maka akan terjalin pola hubungan kerjasama yang baik pula, yang insya Allah akan membawa keberkahan pada kedua belah pihak.¹¹²

5. Prinsip Amanah

Amanah juga merupakan prinsip yang sangat penting. Karena pada hakekatnya kehidupan ini adalah amanah yang kelak harus dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT. Perusahaan dituntut untuk amanah dalam mengelola dana premi. Demikian juga

¹¹² Husain Syahatah, Asuaransi dalam persepektif Islam, 63

nasabah, perlu amanah dalam aspek resiko yang menyimpannya. Jangan sampai nasabah tidak amanah dalam artian mengada-ada sesuatu sehingga yang seharusnya tidak klaim menjadi klaim yang tentunya akan berakibat pada ruginya para peserta yang lainnya. Perusahaan pun juga demikian, tidak boleh semena-mena dalam mengambil keuntungan, yang berdampak pada ruginya nasabah. Dan transaksi yang amanah, akan membawa pelakunya mendapatkan surga.

6. Prinsip Saling Ridha (*'An Taradhin*)

Dalam transaksi apapun, aspek *an taradhin* atau saling meridhai harus selalu menyertai. Nasabah ridha dananya dikelola oleh perusahaan Asuransi Syariah yang amanah dan profesional. Dan perusahaan asuransi syariah ridha terhadap amanah yang diemasuransi syariahan nasabah dalam mengelola kontribusi (premi) mereka. Demikian juga nasabah ridha dananya dialokasikan untuk nasabah-nasabah lainnya yang tertimpa musibah, untuk meringankan beban penderitaan mereka. Dengan prinsip inilah, asuransi syariah menjadikan saling tolong menolong memiliki arti yang luas dan mendalam, karena semuanya menolong dengan ikhlas dan ridha, bekerjasama dengan ikhlas dan ridha, serta bertransaksi dengan ikhlas dan ridha pula.

7. Prinsip Menghindari Riba

Riba merupakan bentuk transaksi yang harus dihindari sejauh-jauhnya khususnya dalam berasuransi. Karena riba merupakan sebatil-batilnya transaksi muamalah. Tingkatan dosa paling kecil dari riba adalah ibarat berzina dengan ibu kandungnya sendiri. Premi yang dibayarkan nasabah, harus diinvestasikan pada investasi yang sesuai dengan Syariah dan sudah jelas kehalalannya. Demikian juga dengan sistem operasional asuransi syariah juga harus menerapkan konsep *sharing of risk* yang bertumpu pada akad *tabarru'*, sehingga menghilangkan unsur riba pada pemberian manfaat *asuransi syariah* (klaim) kepada nasabah.

8. Prinsip Menghindari Gemling (*Maisir*).

Asuransi jika dikelola secara konvensional akan memunculkan unsur *maisir* (gambling). Karena seorang

nasabah bisa jadi membayar premi hingga belasan kali namun tidak pernah klaim. Di sisi yang lain terdapat nasabah yang baru satu kali membayar premi lalu klaim. Hal ini terjadi, karena konsep dasar yang digunakan dalam asuransi konvensional adalah konsep *transfer of risk*. Dimana perusahaan asuransi konvensional ketika menerima premi, otomatis premi tersebut menjadi milik perusahaan, dan ketika membayar klaim pun adalah dari rekening perusahaan. Sehingga perusahaan bisa untung besara (makala premi banyak dan klaim sedikit), atau bisa rugi banyak (ketika premi sedikit dan klaimnya banyak).

9. Prinsip Menghindari ketidak jelasan (*Gharar*)

Gharar adalah ketidakjelasan. Dan berbicara mengenai resiko, adalah berbicara tentang ketidak jelasan. Karena resiko bisa terjadi bisa tidak. Dan dalam syariat Islam, kita tidak diperbolehkan bertransaksi yang menyangkut aspek ketidak jelasan. Dalam asuransi (konvensional), peserta tidak mengetahui apakah ia mendapatkan klaim atau tidak? Karena klaim sangat bergantung pada resiko yang menyimpannya. Jika ada resiko, maka ia akan dapat klaim, namun jika tidak maka ia tidak mendapatkan klaim. Hal seperti ini menjadi *gharar* adanya, karena akad atau konsep yang digunakan adalah *transfer of risk*.¹¹³ Sedangkan jika menggunakan aspek *sharing of risk*, ketidak jelasan tadi tidak menjadi *gharar*. Namun menjadi sesuatu yang perlu diwaspadai, yang apabila terjadi sesama nasabah akan saling bantu membantu terhadap peserta lainnya yang tertimpa musibah, yang diambil dari dana tabarru' yang dikelola oleh perusahaan Asuransi Syariah (bukan dari dana perusahaan).

10. Prinsip Menghindari Sogok menyogok (*Risywah*)

Dalam menjalankan bisnisnya, baik pihak Asuransi Syariah maupun pihak nasabah harus menjauhkan diri sejauh-jauhnya dari aspek risywah

¹¹³ Ali Muhyiddin. 2009, *al-ta'min al-islami*, (bairut: Dar al-basya'is al-islamiyah), 383

(sogok menyogok atau suap menyuap). Karena apapun dalihnya, risywah pasti akan menguntungkan satu pihak, dan pasti akan ada pihak lain yang dirugikan. Nasabah umpamanya tidak boleh menyogok oknum asuransi supaya bisa mendapatkan manfaat (klaim). Atau sebaliknya perusahaan tidak perlu menyogok supaya mendapatkan premi (kontribusi) asuransi. Namun semua harus dilakukan secara baik, transparan, adil dan dilandasi dengan ukhuwah islamiyah.

C. Kesimpulan

Asuransi syariah merupakan salah satu instrumen transaksi, yang secara sistem operasional disesuaikan dengan syariah Islam. Di dalam menjalankan usaha asuransi syariah, juga sangat diperlukan tegaknya nilai-nilai syariah, agar operasional asuransi syariah benar-benar mencerminkan ruh syariah yang sesungguhnya. Berikut adalah 10 nilai yang mendasar dalam pengelolaan asuransi syariah, yaitu: Prinsip Tauhid, Prinsip Keadilan, Prinsip Tolong Menolong, Prinsip Kerjasama, Prinsip Amanah, Prinsip Saling Ridha (*'An Taradhin*), Prinsip Menghindari Riba, Prinsip Menghindari Gemling (*Maisir*), Prinsip Menghindari ketidak jelasan (*Gharar*) dan Prinsip Menghindari Sogok menyogok (*Risywah*).

D. BACAAN YANG DIANJURKAN.

- Dewi, Gemala, S.H.,LL.M, 2006, Aspek – Aspek Hukum Dalam Perasuransi syariah Dan Perasuransian Syari'ah Di Indonesia, Jakarta: Prenada Media Group Kencana.
- Djazuli, H.A., Prof, Yadi Januari, M.Ag., Drs, 2002, Lembaga - Lembaga Perekonmian Umat,(Sebuah Pengenalan), Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Hasan, Ali, M,1997, Masail Fiqih (Zakat, Pajak Asuransi dan Lembaga Keuangan), Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhammad, 2007, Lembaga Ekonomi Syari'ah,Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Karnaen A. Perwataatmadja, 1996, Membumikan Ekonomi Islam Di Indonesia, Jakarts: Dana Bakti Wakaf.
- Syakir, Muhammad sula., Ir, 2004, Asuransi Syariah (Life & General) Konsep dan Sistem Operasional, Jakarta: Gema Insani.

- Suparman, M dan Endang, 1993, Hukum Asuransi, Bandung: alumni.
- Sumitro, Warkum, SH, MH., 1996, Asas – Asas Perasuransi syariah Islam Dan Lembaga – Lembaga Terkait (BMUI & TAKAFUL).
- Triandaru, Sigit, dan Totok Budisantoso, 2006, Asuransi syariah Dan Lembaga Keuangan Lain, Jakarta: Selemba Empat.
- Wirduyaningsih, SH., M, 2005, Asuransi syariah Dan Asuransi Islam Di Indonesia, Jakarta: Prenada Media Kencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Achwan, Harry Tjahjono dan Totok Subjakto. *Sistem Keuangan*. Jakarta: Asuransi syariah Indonesia. 1993.
- Ad. Dawisy, Ahmad bin Abdur Razaq, *Fatawa*, Riyad : Daarul Muiid. 2003.
- Afif, Prof. Dr. Faisal, SPEC., LIC dkk. *Strategi dan Operasional Asuransi syariah*. Bandung. Eresco. 1996.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Asuransi syariah Syari'ah dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press. 2001.
- Arifin, Prof.Dr.H.Veithzal Rivai. Ir.H.Arvia. *Islamic Leadrship*.Jakarta. PT.Bumi Aksara. 2009.
- Bakar, Abī, *Ishlāhu al-Māl* (Bairut: Mushtafā miḥlāh al-Qudāt, 1410 H)
- Bakr , Imām Taqiyuddīn Abi, *Kifāyatu al-Akhyār*, (Bairut: Dār Kutubul ‘Alamiyah, 2001).
- Bāqir , Muhammad as-Ṣadrī, *Iqtisādunā* (Bairut: Dār Ta’aruf Lilmaṭbu’āt, 1981)
- Buchor, Nur S. i. *Koperasi Syari'ah*. Sidoarjo. Kelompok Masmedia Buana Pustaka. 2009.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada. 2007.
- Dhammesta, Bashu swasta. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. BPFE: Yogyakarta. 2000.
- Faisal, Sanapiah. *Format-format Penelitian Sosial*. Jakarta. PT. Grafindo Persada. 1989

- Fandy Tjiptono. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 1995.
- Griffin, Ricky W.. *Manajemen*. Jakarta. Erlangga. 2004
- Hariandja , MARIHOT Tua Egendi, Drs., M.Si. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana. 2009
- Heri Sudarsono. 2004. *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: Ekonisia .
- Herlambang, Tedy. *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bersaing*. Jakarta. PT.Rajagrafindo Persada. 2002.
- Jantsch , John. *Pemasaran Dust Tape Tuntutan Pemasaran Usaha Kecil yang Paling Praktis di Seluruh Dunia*. Jakarta. PT Elex Media Komputindo. 2004.
- Kasmir. *Asuransi syariah dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo. 2002. Persada
- . *Pemasaran Asuransi syariah*. Jakarta: Kencana. 2004.
- . *Manajemen Perasuransian syariah*. Jakarta. PT. Rajagrafindo Persada. 2004
- Kotler, Phillip. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: Prehallindo. 2002.
- . *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga. 1989
- Kountur, Ronny, D.M.S., Ph.D. *menguasai Riset Pemasaran*. Jakarta PPM. 2008
- Kuncoro, Mudrajat. *Manajemen Perasuransian syariah, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE. 2002.

- Manan, Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Martin Staniland. *Apakah Ekonomi Politik Itu*. Jakarta. PT. Grafindo PERSADA. 2003
- Markesis, Tim. *Pemasaran*. Yogyakarta. Markesis. 2009
- Minor, John C.Mowen/Michael. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga 2002
- M. Nazir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1988.
- Mohammad Sholihin. *Hebatnya Marketing Muhammad SAW*. Yogyakarta. CV. Solusi Distribusi. 2010
- Nafis ,Abdul Wadud, Lc.M.E.I. *Asuransi syariah Syari'ah Teori dan Praktek*. Jakarta. Mitra Abadi Press.2009
- . *Manajemen Koperasi Pondok Pesantren*. Jakarta. Mitra Abadi Press. 2009
- . *Paradigma Ekonomi Islam*. Lumajang. LP3DI Press. 2010.
- . *Entrepreneurship. Cara Mudah Menjadi Kaya*. Jakarta. Mitra Abadi Press. 2010
- Najma, Siti. *Bisnis Syariah dari Nol*. Jakarta. Hikmah. 2008
- Nawawi, Prof. Dr. H. Ismail, M.Si., M.P.A. *Islam dan Bisnis*. Surabaya.Viv Press. 2011
- .*Ekonomi Kelembagaan Syariah*. Surabaya. PMN. 2007
- .*Perasuransi syariah Syariah*. Surabaya. VIVpress. 2010

- Nawawy, Imām, *Kitāb al- Majmu'* (Bairut: Dār Maktabat al-Irsyād, p)
- Porter, Michael E.. *Strategi Bersaing*. Tangerang. Karisma Publishing Group. 2007
- Ritzer, George. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta. PT RajaGrafindo Persada. 2010.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta. . 1993.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Asuransi syariah Edisi Revisi*. Yogyakarta: liberty
- Sjahdein, Sutan Remy. *Perasuransi syariah Islam dan Kedudukannya dalam Tat Hukum Perasuransi syariah Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 1999.
- Siamat, Dahlan. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: Intermedia. 1993.
- Saidi, Zaim. *Tidak Syar'inya Asuransi syariah Syari'ah di Indonesia*. Yogyakarta. Delokomotif 2010
- Soegotto, Dr. Ir. Eddy Soeyanto. *Entrepreneurship Menjadi Pembisnis Ulung*. Jakarta. Kompas Gramedia. 2009
- Suharno, Bambang. *Langkah Jitu Memulai Bisnis Dari Nol*. Jakarta. Penebar Swadaya. 2008
- Salusu, Prof. Dr. J., MA, *Pengembangan Keputusan strategik*, (Jakrta: gramedia. 2004),
- Sexton, Don, Ph.D. *Marketing 101*. Jakarta. PT. Buana Ilmu Populer. 2007
- Tasmara, Toto. *Etos Kerja Pribadi Muslim*. Jakarta. Jamiatul Ikhwan.1993.
- Tim Markenesis, *Pemasaran Strategi, taktik dan kasus*, (Bogor: Markenesis. 2009),

- Trim, Bambang. *Businis Wisdom of Muhammad SAW*. Bandung. PT Karya Kita. 2008
- Wibowo, Prof. Dr., S.E., M.Phil. *Budaya Organisasi*. Jakarta. Rajawali Press. 2010
- Widodo, Hertanto. dkk. *Panduan Praktis Operasional BMT*. Bandung: Mizan. 1999.
- Waringin, Tum Desem. *Marketing Revolution*. Jakarta. PT Gramedia. 2008
- Yunus, Dr. Jamal Lulail. *Manajemen Asuransi syariah Syari'ah*. Malang. UIN Malang Press. 2009
- Zakaria, Muhammad Sulaiman, Ph.D dan Aizuddinur. *Jejak Bisnis Rasul*. Jakarta. Hikmah. 2010
- Zamron, Dr. i. *Pengantar Pengembangan Teori Sosial*. Yogyakarta. PT Tiara Wacana Yogya. 1992.
- Zuhaily, Dr Wahbatuz, *al-Fiqh al-Islamiyu Wādallatuhu*. Bairut: Dār Fikri, 1984

Lampiran I

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO: 21/DSN-MUI/X/2001
Tentang
PEDOMAN UMUM ASURANSI SYARI'AH

Menimbang :

Mengingat :

Memperhatikan :

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : FATWA TENTANG PEDOMAN UMUM ASURANSI SYARI'AH

Pertama : **Ketentuan Umum**

1. yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful atau Tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan / atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi resiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.
2. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud pada point (1) adalah yang tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhulm (penganiayaan), risywah (suap), barang haram dan maksiat.
3. Akad *tijarah* adalah semua bentuk akad yang dilakukan untuk tujuan komersial.
4. Akad *tabarru'* adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebajikan dan tolong-menolong, bukan semata untuk tujuan komersial.
5. Premi adalah kewajiban peserta Asuransi untuk memberikan sejumlah dana kepada perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad.
6. Klaim adalah hak peserta Asuransi dalam akad.

Kedua : **Akad dalam Asuransi**

1. Akad yang dilakukan antara peserta dengan perusahaan terdiri atas akad *tijarah* dan / atau akad *tabarru'*.
2. Akad *tijarah* yang dimaksud dalam ayat (1) adalah *mudharabah*. Sedangkan akad *tabarru'* adalah *hibah*.
3. Dalam akad, sekurang-kurangnya harus disebutkan :
 - a. hak & kewajiban peserta dan perusahaan;
 - b. cara dan waktu pembayaran premi;
 - c. jenis akad *tijarah* dan / atau akad *tabarru'* serta syarat-syarat yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

Ketiga : **Kedudukan Para Pihak dalam Akad Tijarah & Tabarru'**

1. Dalam akad *tijarah* (*mudharabah*), perusahaan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola) dan peserta bertindak sebagai *shahibul mal* (pemegang polis);
2. Dalam akad *tabarru'* (*hibah*), peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong peserta lain yang terkena musibah. Sedangkan perusahaan bertindak sebagai pengelola dana hibah.

Keempat : **Ketentuan dalam Akad Tijarah & Tabarru'**

1. Jenis akad *tijarah* dapat diubah menjadi jenis akad *tabarru'* bila pihak yang tertahan haknya, dengan rela melepaskan haknya sehingga menggugurkan kewajiban pihak yang belum menunaikan kewajibannya.
2. Jenis akad *tabarru'* tidak dapat diubah menjadi jenis akad *tijarah*.

Kelima : **Jenis Asuransi dan Akadnya**

1. Dipandang dari segi jenis asuransi itu terdiri atas asuransi kerugian dan asuransi jiwa.
2. Sedangkan akad bagi kedua jenis asuransi tersebut adalah *mudharabah* dan *hibah*.

Keenam : **Premi**

1. Pembayaran premi didasarkan atas jenis akad *tijarah* dan jenis akad *tabarru'*.
2. Untuk menentukan besarnya premi perusahaan asuransi syariah dapat menggunakan rujukan, misalnya tabel mortalita untuk asuransi jiwa dan tabel morbidita untuk

asuransi kesehatan, dengan syarat tidak memasukkan unsur riba dalam penghitungannya.

3. Premi yang berasal dari jenis akad *mudharabah* dapat diinvestasikan dan hasil investasinya dibagi-hasilkan kepada peserta.
4. Premi yang berasal dari jenis akad *tabarru'* dapat diinvestasikan.

Ketujuh : **Klaim**

1. Klaim dibayarkan berdasarkan akad yang disepakati pada awal perjanjian.
2. Klaim dapat berbeda dalam jumlah, sesuai dengan premi yang dibayarkan.
3. Klaim atas akad *tijarah* sepenuhnya merupakan hak peserta, dan merupakan kewajiban perusahaan untuk memenuhinya.
4. Klaim atas akad *tabarru'*, merupakan hak peserta dan merupakan kewajiban perusahaan, sebatas yang disepakati dalam akad.

Kedelapan : **Investasi**

1. Perusahaan selaku pemegang amanah wajib melakukan investasi dari dana yang terkumpul.
2. Investasi wajib dilakukan sesuai dengan syariah.

Kesembilan : **Reasuransi**

Asuransi syariah hanya dapat melakukan reasuransi kepada perusahaan reasuransi yang berlandaskan prinsip syari'ah.

Kesepuluh : **Pengelolaan**

1. Pengelolaan asuransi syariah hanya boleh dilakukan oleh suatu lembaga yang berfungsi sebagai pemegang amanah.
2. Perusahaan Asuransi Syariah memperoleh bagi hasil dari pengelolaan dana yang terkumpul atas dasar akad *tijarah* (*mudharabah*).
3. Perusahaan Asuransi Syariah memperoleh ujah (*fee*) dari pengelolaan dana akad *tabarru'* (*hibah*).

Kesebelas : **Ketentuan Tambahan**

1. Implementasi dari fatwa ini harus selalu dikonsultasikan dan diawasi oleh DPS.
2. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi

Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

3. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Oktober 2001

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO: 51/DSN-MUI/III/2006
Tentang
AKAD MUDHARABAH MUSYTARAKAH
PADA ASURANSI SYARIAH

Menimbang :
Mengingat :
Memperhatikan :
MEMUTUSKAN :
Menetapkan : FATWA TENTANG AKAD MUDHARABAH
MUSYTARAKAH PADA ASURANSI SYARIAH

Pertama : **Ketentuan Umum**

Dalam Fatwa ini, yang dimaksud dengan:

- a. asuransi adalah asuransi jiwa, asuransi kerugian dan reasuransi syariah;
- b. peserta adalah peserta asuransi atau perusahaan asuransi dalam reasuransi.

Kedua : **Ketentuan Hukum**

1. Mudharabah Musytarakah boleh dilakukan oleh perusahaan asuransi, karena merupakan bagian dari hukum Mudharabah.
2. Mudharabah Musytarakah dapat diterapkan pada produk asuransi syariah yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun non tabungan.

Ketiga : **Ketentuan Akad**

1. Akad yang digunakan adalah akad Mudharabah Musytarakah, yaitu perpaduan dari akad Mudharabah dan akad Musytarakah.
2. Perusahaan asuransi sebagai mudharib menyertakan modal atau dananya dalam investasi bersama dana peserta.
3. Modal atau dana perusahaan asuransi dan dana peserta diinvestasikan secara bersama-sama dalam portofolio.

4. Perusahaan asuransi sebagai mudharib mengelola investasi dana tersebut.
5. Dalam akad, harus disebutkan sekurang-kurangnya:
 - a. hak dan kewajiban peserta dan perusahaan asuransi;
 - b. besaran nisbah, cara dan waktu pembagian hasil investasi;
 - c. syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan produk asuransi yang diadakan.
6. Hasil investasi :
Pembagian hasil investasi dapat dilakukan dengan salah satu alternatif sebagai berikut:

Alternatif I :

- a. Hasil investasi dibagi antara perusahaan asuransi (sebagai mudharib) dengan peserta (sebagai shahibul mal) sesuai dengan nisbah yang disepakati.
- b. Bagian hasil investasi sesudah disisihkan untuk perusahaan asuransi (sebagai mudharib) dibagi antara perusahaan asuransi (sebagai musytarik) dengan para peserta sesuai dengan porsi modal atau dana masing-masing.

Alternatif II :

- c. Hasil investasi dibagi secara proporsional antara perusahaan asuransi (sebagai musytarik) dengan peserta berdasarkan porsi modal atau dana masing-masing.
 - d. Bagian hasil investasi sesudah disisihkan untuk perusahaan asuransi (sebagai musytarik) dibagi antara perusahaan asuransi sebagai mudharib dengan peserta sesuai dengan nisbah yang disepakati.
7. Apabila terjadi kerugian maka perusahaan asuransi sebagai musytarik menanggung kerugian sesuai dengan porsi modal atau dana yang disertakan.

Keempat : **Kedudukan Para Pihak dalam Akad Mudharabah Musytarakah**

1. Dalam akad ini, perusahaan asuransi bertindak sebagai mudharib (pengelola) dan sebagai musytarik (investor).
2. Peserta (pemegang polis) dalam produk saving, bertindak sebagai *shahibul mal* (investor).

3. Para peserta (pemegang polis) secara kolektif dalam produk non saving, bertindak sebagai *shahibul mal* (investor).

Kelima : **Investasi**

1. Perusahaan asuransi selaku pemegang amanah wajib melakukan investasi dari dana yang terkumpul.
2. Investasi wajib dilakukan sesuai dengan prinsip syariah.

Keenam : **Ketentuan Penutup**

1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Shafar 1427 / 23 Maret 2006

Lampiran III

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO: 52/DSN-MUI/III/2006
Tentang
AKAD WAKALAH BIL UJRAH PADA ASURANSI SYARIAH
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dewan Syari'ah Nasional setelah:

- Menimbang : a. bahwa fatwa DSN No.10/DSN-MUI/2000 tentang Wakalah dan fatwa No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah dinilai sifatnya masih sangat umum sehingga perlu dilengkapi dengan fatwa yang lebih rinci;
- b. bahwa salah satu fatwa yang diperlukan adalah fatwa tentang *Wakalah bil Ujrah* untuk asuransi, yaitu salah satu bentuk akad *Wakalah* di mana peserta memberikan kuasa kepada perusahaan asuransi dengan imbalan pemberian *ujrah* (fee);
- c. bahwa oleh karena itu, Dewan Syariah Nasional memandang perlu menetapkan fatwa tentang *Wakalah bil Ujrah* untuk dijadikan pedoman.

Mengingat : 1. Firman Allah SWT, antara lain:

وَلْيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا (1)
خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
(النساء: 9).

“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.” (QS. al-Nisa’ [4]: 9).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَانْتَظِرُوا نَفْسَ مَا قَدَّمْتُمْ (2)

لِغَدٍ، وَاتَّقُوا اللَّهَ، إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (الحشر:

.18)

“Hai orang yang beriman! Bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. al-Hasyr [59]: 18).

إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا (3)

وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْعَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ

اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ، فَرِيضَةٌ مِّنَ اللَّهِ، وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

(التوبة: 60).

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk

(memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana” (QS. Al-Taubah [9]: 60).

وَكَذَلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ، قَالَ قَائِلٌ مِنْهُمْ كَمْ لَبِثْتُمْ، قَالُوا لَبِثْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ، قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِثْتُمْ، فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ، وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا. (الكهف: 4)

“Dan demikianlah Kami bangkitkan mereka agar saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkata salah seorang di antara mereka: ‘Sudah berapa lamakah kamu berada (di sini)?’ Mereka menjawab: ‘Kita sudah berada (di sini) satu atau setengah hari.’ Berkata (yang lain lagi): ‘Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lama kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang kamu pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah ia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah lembut, dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seseorang pun.’” (QS. Al-Kahf [18]: 19).

(5) اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ، إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمَ.
(يوسف: 55).

"Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengalaman." (QS. Yusuf [12]: 55).

(6) إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (النساء: 58)

"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat." (QS. al-Nisa' [4]: 58).

(7) وَإِنْ خِفْتُمْ شِقَاقَ بَيْنِهِمَا فَابْعَثُوا حَكَمًا مِّنْ أَهْلِهَا وَحَكَمًا مِّنْ أَهْلِهَا إِنْ يُرِيدَا إِصْلَاحًا يُوَفِّقِ اللَّهُ بَيْنَهُمَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا حَكِيمًا (النساء: 35)

"Dan jika kalian khawatir terjadi persengketaan di antara keduanya, maka kirimlah seorang hakam dari keluarga laki-laki dan seorang hakam dari keluarga wanita. Jika kedua hakam itu bermaksud mengadakan perbaikan, niscaya Allah memberi

taufik kepada suami-istri itu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Menilik” (QS. al-Nisa’ [4]: 35).

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ (8)

وَالْعُدْوَانَ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (المائدة: 2)

.(2)

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (QS. al-Ma’idah [5]: 2).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ (9)

الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ

حُرْمٌ، إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ (المائدة: 1)

“Hai orang yang beriman! Tunaikanlah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (QS. al-Maidah [5]: 1).

(10) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء:

(29)

“Hai orang yang beriman! Janganlah kalian memakan (mengambil) harta orang lain secara batil, kecuali jika berupa perdagangan yang dilandasi atas sukarela di antara kalian. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. al-Nisa’ [4]: 29).

2. Hadis-hadis Nabi shallallahu alaihi wa sallam, antara lain:

(1) حَدَّثَنَا عَلِيُّ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ، حَدَّثَنَا سُفْيَانُ، حَدَّثَنَا
شَيْبُ بْنُ عَرَفَةَ، قَالَ: سَمِعْتُ الْحَيَّ يُتَحَدَّثُونَ عَن
عُرْوَةَ: أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ أَعْطَاهُ
دِينَارًا يَشْتَرِي لَهُ بِهِ شَاةً، فَاشْتَرَى لَهُ بِهِ شَاتَيْنِ،
فَبَاعَ إِحْدَاهُمَا بِدِينَارٍ، فَجَاءَ بِدِينَارٍ وَشَاةٍ، فَدَعَا لَهُ
بِالْبَرَكَةِ فِي بَيْعِهِ، وَكَانَ لَوْ اشْتَرَى التُّرَابَ لَرَبِحَ فِيهِ
(رواه البخاري، [بيروت: دار الفكر، 1995]، ج

2، ص 323، رقم 3642)

“Ali bin Abdullah menceritakan kepada kami, Sufyan menceritakan kepada kami, Syabib bin Gharqadah menceritakan kepada kami, ia

berkata: saya mendengar penduduk bercerita tentang 'Urwah, bahwa Nabi s.a.w. memberikan uang satu dinar kepadanya agar dibelikan seekor kambing untuk beliau; lalu dengan uang tersebut ia membeli dua ekor kambing, kemudian ia jual satu ekor dengan harga satu dinar. Ia pulang membawa satu dinar dan satu ekor kambing. Nabi s.a.w. mendoakannya dengan keberkatan dalam jual belinya. Seandainya 'Urwah membeli tanah pun, ia pasti beruntung.” (H.R. Bukhari).

(2) عَنْ أَبِي حُمَيْدٍ السَّاعِدِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ: اسْتَعْمَلَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ رَجُلًا مِّنَ الْأَسَدِ عَلَى صَدَقَاتِ بَنِي سُلَيْمٍ يُدْعَى ابْنَ اللَّتْبِيَّةِ، فَلَمَّا جَاءَ حَاسِبُهُ (رواه البخاري، [بيروت: دار الفكر، 1995]، ج 1، ص 322، رقم 1500)

“Diriwayatkan dai Abu Humaid al-Sa’idi r.a., ia berkata: Rasulullah s.a.w. mengangkat seorang laki-laki dari suku Asd bernama Ibn Lutbiyah sebagai amil (petugas) untuk menarik zakat dari Bani Sulaim; ketika pulang (dari tugas tersebut), Rasulullah memeriksanya.” (H.R. Bukhari).

(3) عَنْ بُسْرِ بْنِ سَعِيدٍ أَنَّ ابْنَ السَّعْدِيِّ الْمَالِكِيَّ قَالَ: اسْتَعْمَلَنِي عُمَرُ عَلَى الصَّدَقَةِ، فَلَمَّا فَرَعْتُ مِنْهَا وَأَدَيْتُ إِلَيْهِ أَمَرَ لِي بِعَمَالَةٍ، فَمَلْتُ: إِنَّمَا عَمِلْتُ لِلَّهِ،

فَقَالَ: حُذِّ مَا أُعْطِيتَ، فَإِنِّي عَمِلْتُ عَلَى عَهْدِ
 رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَعَمَلَنِي، فَقُلْتُ
 مِثْلَ قَوْلِكَ، فَقَالَ لِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ
 وَسَلَّمَ: إِذَا أُعْطِيتَ شَيْئًا مِنْ غَيْرِ أَنْ تَسْأَلَ فَكُلْ
 وَتَصَدَّقْ. (متفق عليه؛ نيل الأوطار للشوكاني،
 [القاهرة: دار الحديث، 2000] ، ج.: 4؛ ص.: 527)

“Diriwayatkan dari Busr bin Sa’id bahwa Ibn Sa’diy al-Maliki berkata: Umar mempekerjakan saya untuk mengambil sedekah (zakat). Setelah selesai dan sesudah saya menyerahkan zakat kepadanya, Umar memerintahkan agar saya diberi imbalan (fee). Saya berkata: saya bekerja hanya karena Allah. Umar menjawab: Ambillah apa yang kamu beri; saya pernah bekerja (seperti kamu) pada masa Rasul, lalu beliau memberiku imbalan; saya pun berkata seperti apa yang kamu katakan. Kemudian Rasul bersabda kepada saya: Apabila kamu diberi sesuatu tanpa kamu minta, makanlah (terimalah) dan bersedekahlah.” (Muttafaq ‘alaih. Al-Syaukani, Nail al-Authar, [Kairo: Dar al-Hadits, 2000], j. 4, h. 527).

مَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، فَرَّجَ اللَّهُ
 عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ
 مَا دَامَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَحِبِّهِ (رواه مسلم).

“Barang siapa melepaskan dari seorang muslim suatu kesulitan di dunia, Allah akan melepaskan kesulitan darinya pada hari kiamat; dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya” (HR. Muslim dari Abu Hurairah).

...وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَالًا (5)
أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا. (رواه الترمذي عن عمرو بن
عوف)

“...Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat yang mereka buat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf)

3. Kaidah fiqh:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على
تحريمها

“Pada dasarnya, semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

Memperhatikan : 1. Pendapat para ulama, antara lain:

وَيَجُوزُ التَّوَكُّلُ بِجَعْلِ وَعَيْرِ جَعْلٍ، فَإِنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ
عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ وَكَلَّ أَنْيَسًا فِي إِقَامَةِ الْحَدِّ، وَعُرْوَةَ فِي (1)

شِرَاءِ شَاةٍ، وَأَبَا رَافِعٍ فِي قَبُولِ النِّكَاحِ بِغَيْرِ جُعَلٍ؛
وَكَانَ يَبْعَثُ عُمَّالَهُ لِقَبْضِ الصَّدَقَاتِ وَيَجْعَلُ لَهُمْ
عُمَّالَةً (المغني لابن قدامة، [القاهرة: دار الحديث،
2004]، ج. 6، ص. 468)

“Akad taukil (wakalah) boleh dilakukan, baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan. Hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mewakilkan kepada Unais untuk melaksanakan hukuman, kepada Urwah untuk membeli kambing, dan kepada Abu Rafi' untuk melakukan qabul nikah, (semuanya) tanpa memberikan imbalan. Nabi pernah juga mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau memberikan imbalan kepada mereka.” (Ibn Qudamah, al-Mughni, [Kairo: Dar al-Hadis, 2004], juz 6, h. 468).

Pendapat Imam Syaukani ketika menjelaskan hadis Busr bin Sa'id (hadis nomor 3):

(2) وَفِيهِ أَيْضًا دَلِيلٌ عَلَى أَنَّ مَنْ نَوَى التَّبَرُّعَ يَجُوزُ لَهُ
أَخْذُ الْأُجْرَةِ بَعْدَ ذَلِكَ (نيل الأوطار للشوكاني،
[القاهرة: دار الحديث، 2000] ، ج. 4: ص. 527)

“Hadis Busr bin Sa'id tersebut menunjukkan pula bahwa orang yang

melakukan sesuatu dengan niat tabarru' (semata-mata mencari pahala, dalam hal ini menjadi wakil) boleh menerima imbalan.” (Al-Syaukani, *Nail al-Authar*, [Kairo: Dar al-Hadits, 2000], j. 4, h. 527).

(3) وَأَجْمَعَتِ الْأُمَّةُ عَلَى جَوَازِ الْوَكَالَةِ لِلْحَاجَةِ إِلَيْهَا،
وَتَصَحُّحِ بَأَجْرٍ وَبِعَيْرِ أَجْرٍ. (المعاملات المالية المعاصرة
للدكتور وهبة الزحيلي ص.: 89)

“Umat sepakat bahwa wakalah boleh dilakukan karena diperlukan. Wakalah sah dilakukan baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan.” (Wahbah al-Zuhaili, **al-Mu’amalat al-Maliyyah al-Mu’ashirah**, [Dimasyq: Dar al-Fikr, 2002], h. 89)

(4) تَصَحُّحُ الْوَكَالَةِ بِأَجْرٍ وَبِعَيْرِ أَجْرٍ، لِأَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَبْعَثُ عُمَّالَهُ لِقَبْضِ الصَّدَقَاتِ وَيَجْعَلُ لَهُمْ عُمُولَةً... وَإِذَا كَانَتِ الْوَكَالَةُ بِأَجْرٍ أَيْ (بِجُعْلِ) فَحُكْمُهَا حُكْمُ الْإِجَارَاتِ. (تكملة فتح القدير، ج. 6، ص. 2؛ الفقه الإسلامي وأدلته للدكتور وهبة الزحيلي ج. 5 ص. 4058)

“Wakalah sah dilakukan baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan, hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau

memberikan imbalan kepada mereka... Apabila wakalah dilakukan dengan memberikan imbalan maka hukumnya sama dengan hukum ijarah.” (Fath al-Qadir, juz 6, h. 2; Wahbah al-Zuhaili, **al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh**, [Dimasyq: Dar al-Fikr, 2002], juz 5, h. 4058).

أَذِنَ (الْمُوَكَّل) لَهُ (الْوَكِيل) فِي التَّوَكُّلِ فَيَجُوزُ لَهُ (5)
 ذَلِكَ، لِأَنَّهُ عَقْدٌ أَذِنَ لَهُ بِهِ، فَكَانَ لَهُ فِعْلُهُ. (المغنى
 لإبن قدامة، [القاهرة: دار الحديث، 2004]، ج.
 6، ص. 470)

“(Jika) muwakkil mengizinkan wakil untuk mewakilkan (kepada orang lain), maka hal itu boleh; karena hal tersebut merupakan akad yang telah diizinkan kepada wakil; oleh karena itu, ia boleh melakukannya (mewakilkan kepada orang lain).” (Ibn Qudamah, al-Mughni, [Kairo: Dar al-Hadis, 2004], juz 6, h. 470).

2. Hasil Lokakarya Asuransi Syari'ah DSN-MUI dan AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia) tanggal 7-8 Jumadi al-Ula 1426 H / 14-15 Juni 2005 M.
3. Pendapat dan saran peserta Rapat Pleno Dewan Syari'ah Nasional pada 23 Shafar 1427/23Maret 2006.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **FATWA TENTANG AKAD WAKALAH BIL UJRAH PADA ASURANSI SYARI'AH**

Pertama : **Ketentuan Umum**

Dalam Fatwa ini, yang dimaksud dengan:

- a. asuransi adalah asuransi jiwa, asuransi kerugian dan reasuransi syariah;
- b. peserta adalah peserta asuransi (pemegang polis) atau perusahaan asuransi dalam reasuransi syari'ah.

Kedua : **Ketentuan Hukum**

1. Wakalah bil Ujrah boleh dilakukan antara perusahaan asuransi dengan peserta.
2. Wakalah bil Ujrah adalah pemberian kuasa dari peserta kepada perusahaan asuransi untuk mengelola dana peserta dan/atau melakukan kegiatan lain sebagaimana disebutkan pada bagian ketiga angka 2 (dua) Fatwa ini dengan imbalan pemberian ujarah (fee).
3. Wakalah bil Ujrah dapat diterapkan pada produk asuransi yang mengandung unsur tabungan (*saving*) maupun non tabungan.

Ketiga : **Ketentuan Akad**

1. Akad yang digunakan adalah akad Wakalah bil Ujrah.
2. Objek Wakalah bil Ujrah meliputi antara lain:
 - a. kegiatan administrasi
 - b. pengelolaan dana
 - c. pembayaran klaim

- d. underwriting
 - e. pengelolaan portofolio risiko
 - f. pemasaran
 - g. investasi
3. Dalam akad Wakalah bil Ujrah, harus disebutkan sekurang-kurangnya:
 - a. hak dan kewajiban peserta dan perusahaan asuransi;
 - b. besaran, cara dan waktu pemotongan ujarah fee atas premi;
 - c. syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

Keempat : **Kedudukan dan Ketentuan Para Pihak dalam Akad Wakalah bil Ujrah**

1. Dalam akad ini, perusahaan asuransi bertindak sebagai *wakil* (yang mendapat kuasa) untuk melakukan kegiatan sebagaimana disebutkan pada bagian ketiga angka 2 (dua) di atas.
2. Peserta sebagai individu dalam produk saving bertindak sebagai *muwakkil* (pemberi kuasa).
3. Peserta sebagai suatu badan/kelompok, dalam akun tabarru' bertindak sebagai *muwakkil* (pemberi kuasa).
4. Wakil tidak boleh mewakilkan kepada pihak lain atas kuasa yang diterimanya, kecuali atas izin *muwakkil* (peserta);
5. Akad Wakalah adalah bersifat amanah (*yad amanah*) sehingga wakil tidak menanggung risiko terhadap kerugian investasi dengan mengurangi fee yang telah diterimanya, kecuali karena kecerobohan atau wanprestasi.

6. Perusahaan asuransi sebagai wakil tidak berhak memperoleh bagian dari hasil investasi, karena akad yang digunakan adalah akad Wakalah.

Kelima : **Investasi**

1. Perusahaan asuransi selaku pemegang amanah wajib menginvestasikan dana yang terkumpul dan investasi wajib dilakukan sesuai dengan syariah.
2. Dalam pengelolaan dana/investasi, baik dana tabarru' maupun saving, dapat digunakan akad Wakalah bil Ujah dengan mengikuti ketentuan seperti di atas, akad Mudharabah dengan mengikuti ketentuan fatwa Mudharabah, atau akad Mudharabah Musytarakah dengan mengikuti ketentuan fatwa Mudharabah Musytarakah.

Keenam : **Ketentuan Penutup**

1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Shafar 1427

23 Maret 2006

DEWAN SYAR'AH NASIONAL
MAJELIS ULAMA INDONESIA

Ketua,

Sekretaris,

Dr. K.H. M.A. Sahal Mahfudh

Drs. H.M. Ichwan Sam

Lampiran IV

FATWA
DEWAN SYARIAH NASIONAL
NO: 53/DSN-MUI/III/2006
Tentang
AKAD TABARRU' PADA ASURANSI SYARIAH

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dewan Syari'ah Nasional setelah:

- Menimbang : a. bahwa fatwa No. 21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah dinilai sifatnya masih sangat umum sehingga perlu dilengkapi dengan fatwa yang lebih rinci;
- b. bahwa salah satu fatwa yang diperlukan adalah fatwa tentang Akad Tabarru' untuk asuransi;
- c. bahwa oleh karena itu, Dewan Syariah Nasional memandang perlu menetapkan fatwa tentang Akad Tabarru' untuk dijadikan pedoman.

Mengingat : 1. Firman Allah SWT, antara lain:

(1) وَأَنْتُمْ أَلْيَتَامَىٰ أَمْوَالِهِمْ وَلَا تَتَّبِعُوا الْحَيْثَ بِالطَّيِّبِ وَلَا
تَأْكُلُوا أَمْوَالَهُمْ إِلَىٰ أَمْوَالِكُمْ إِنَّهُ كَانَ حُوبًا كَبِيرًا
(النساء: 2).

Dan berikanlah kepada anak-anak yatim (yang sudah balig) harta mereka, jangan kamu menukar yang baik dengan yang buruk dan jangan kamu makan harta mereka bersama hartamu. Sesungguhnya tindakan-tindakan (menukar dan memakan) itu, adalah dosa yang besar. (QS. al-Nisa' [4]: 2).

(2) *وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيداً (النساء: 9).*

“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.” (QS. al-Nisa’ [4]: 9).

(3) *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَقَدَّمَتْ لِإِعَادٍ، وَاتَّقُوا اللَّهَ، إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ (الحشر: 18).*

“Hai orang yang beriman! Bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertaqwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. al-Hasyr [59]: 18).

2. Firman Allah SWT tentang prinsip-prinsip bermu’amalah, baik yang harus dilaksanakan maupun dihindarkan, antara lain:

(1) *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ، إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ (المائدة: 1)*

“Hai orang yang beriman! Tunaiaknlah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak,

kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (QS. al-Maidah [5]: 1).

(2) إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (النساء: 58)

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya dan apabila kami menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (QS. al-Nisa’ [4]: 58).

(3) يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ بِيحَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (النساء: 29)

“Hai orang yang beriman! Janganlah kalian memakan (mengambil) harta orang lain secara batil, kecuali jika berupa perdagangan yang dilandasi atas sukarela di antara kalian. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. al-Nisa’ [4]: 29).

3. Firman Allah SWT tentang perintah untuk saling tolong menolong dalam perbuatan positif, antara lain :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى، وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
وَالْعُدْوَانِ، وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (المائدة: 2).

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya” (QS. al-Maidah [5]: 2).

4. Hadis-hadis Nabi shallallahu alaihi wa sallam tentang beberapa prinsip bermu’amalah, antara lain:

(1) مَنْ فَرَّجَ عَن مُسْلِمٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ
كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا دَامَ
الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ (رواه مسلم عن أبي هريرة).

“Barang siapa melepaskan dari seorang muslim suatu kesulitan di dunia, Allah akan melepaskan kesulitan darinya pada hari kiamat; dan Allah senantiasa menolong hamba-Nya selama ia (suka) menolong saudaranya” (HR. Muslim dari Abu Hurairah).

(2) مَثَلُ الْمُؤْمِنِينَ فِي تَوَادُّهِمْ وَتَرَاحُمِهِمْ وَتَعَاطُفِهِمْ مِثْلُ
الْجَسَدِ إِذَا اشْتَكَى مِنْهُ عَضُوٌّ تَدَاعَى لَهُ سَائِرُ الْجَسَدِ
بِالسَّهْرِ وَالْحُمَى (رواه مسلم عن النعمان بن بشير)

“Perumpamaan orang beriman dalam kasih sayang, saling mengasahi dan

mencintai bagaikan tubuh (yang satu); jikalau satu bagian menderita sakit maka bagian lain akan turut menderita” (HR. Muslim dari Nu'man bin Basyir).

(3) *الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا* (رواه مسلم
عن أبي موسى)

“Seorang mu'min dengan mu'min yang lain ibarat sebuah bangunan, satu bagian menguatkan bagian yang lain” (HR Muslim dari Abu Musa al-Asy'ari).

(4) *مَنْ وَلِيَ يَتِيمًا لَهُ مَالٌ فَلْيَتَّجِرْ بِهِ، وَلَا يَتْرُكْهُ حَتَّى تَأْكُلَهُ
الصَّدَقَةُ* (رواه الترمذي والدارقطني والبيهقي من
حديث عمرو بن شعيب عن أبيه عن جده عبد الله بن
عمرو بن العاص)

“Barang siapa mengurus anak yatim yang memiliki harta, hendaklah ia perniagakan, dan janganlah membiarkannya (tanpa diperniagakan) hingga habis oleh sederkah (zakat dan nafakah)” (HR. Tirmizi, Daraquthni, dan Baihaqi dari 'Amr bin Syu'aib, dari ayahnya, dari kakeknya Abdullah bin 'Amr bin Ash).

(5) *وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ
أَحَلَّ حَرَامًا.* (رواه الترمذي عن عمرو بن عوف)

“Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat yang mereka buat kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (HR. Tirmidzi dari 'Amr bin 'Auf).

(6) لَأَضْرَرَ وَلَا ضِرَارَ (رواه ابن ماجة عن عبادة بن الصامت، وأحمد عن ابن عباس، ومالك عن يحيى)

“Tidak boleh membahayakan diri sendiri dan tidak boleh pula membahayakan orang lain.” (Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah dari ‘Ubadah bin Shamit, riwayat Ahmad dari Ibnu ‘Abbas, dan Malik dari Yahya).

5. Kaidah fiqh:

1- الْأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

“Pada dasarnya, semua bentuk mu’amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

2- الْأَضْرَرُ يُدْفَعُ بِقَدْرِ الْإِمْكَانِ.

“Segala mudharat harus dihindarkan sedapat mungkin.”

3- الْأَضْرَرُ يُزَالُ.

“Segala mudharat (bahaya) harus dihilangkan.”

Memperhatikan : 1. Pendapat ulama; antara lain:

(1) فَالْمَبْلُغُ الَّذِي يَدْفَعُهُ الْمُشْتَرِكُ يَكُونُ تَبْرُعًا مِنْهُ لِلشَّرْكَةِ، يُعَانُ مِنْهُ الْمُحْتَاجُ بِحَسَبِ النِّظَامِ الْمُتَّفَقِ عَلَيْهِ، وَالشَّرْكَةُ تُقَدِّمُهُ بِصِفَةِ تَبْرُوعٍ أَوْ هِبَةٍ مُحْضَةٍ مِنْ غَيْرِ مُقَابِلٍ أَوْ عَوْضٍ. (المعاملات المالية المعاصرة، ص. 276)

Sejumlah dana (premi) yang diberikan oleh peserta asuransi adalah tabarru' (amal kebajikan) dari peserta kepada (melalui) perusahaan yang digunakan untuk membantu peserta yang memerlukan berdasarkan ketentuan yang telah disepakati; dan perusahaan memberikannya (kepada peserta) sebagai tabarru' atau hibah murni tanpa imbalan. (Wahbah al-Zuhaili, al-Mu'amalat al-Maliyyah al-Mu'ashirah, [Dimasyq: Dar al-Fikr, 2002], h. 287).

(2) وَالتَّحْرِيجُ الْفِقْهِيُّ لِتَبَادُلِ الْإِلْتِمَامِ بِالتَّبْرُوعِ فِي عَقْدِ التَّأْمِينِ التَّعَاوُنِيِّ أَسَاسُهُ قَاعِدَةُ الْإِلْتِمَامِ بِالتَّبْرُوعَاتِ عِنْدَ الْمَالِكِيَّةِ. (نظام التأمين لمصطفى الزرقاء، ص. 58-59، عقود التأمين وعقود ضمان الاستثمار لأحمد السعيد شرف الدين ص. 244-247، التأمين بين الحظر والإباحة لسعدي أبي جيب، ص. 53)

Analisis fiqh terhadap kewajiban (peserta) untuk memberikan tabarru' secara bergantian dalam akad asuransi ta'awuni adalah "kaidah tentang kewajiban untuk memberikan tabarru'" dalam mazhab Malik. (Mushthafa Zarqa', Nizham al-Ta'min, h. 58-59; Ahmad Sa'id Syaraf al-

Din, *'Uqud al-Ta'min wa 'Uqud Dhaman al-Istitsmar*, h. 244-147; dan Sa'di Abu Jaib, *al-Ta'min bain al-Hazhr wa al-Ibahah*, h. 53).

(3) إِنَّ الْعَلَاقَةَ الْقَانُونِيَّةَ الَّتِي تَنْشَأُ بَيْنَ الْمُسْتَأْمِنِينَ نَتِيجَةَ عَقْدِ التَّأْمِينِ الْجَمَاعِيِّ تَتَّسِمُ بِالطَّابِعِ التَّبَرُّعِيِّ؛ فَكُلُّ مُسْتَأْمِنٍ مُتَبَرِّعٌ لِعَيْرِهِ بِمَا يَسْتَحِقُّ عَلَيْهِ مِنَ التَّعْوِضَاتِ الَّتِي تُدْفَعُ لِلْمُتَضَرِّرِينَ مِنَ الْمُسْتَأْمِنِينَ؛ وَفِي الْوَقْتِ نَفْسِهِ هُوَ مُتَبَرِّعٌ لَهُ بِمَا يَأْخُذُ مِنْ تَعْوِضٍ عِنْدَ تَضَرُّرِهِ (التَّأْمِينِ) الْإِسْلَامِيِّ لِأَحْمَدِ سَالِمٍ مَلْحَمٍ، ص. 83)

Hubungan hukum yang timbul antara para peserta asuransi sebagai akibat akad ta'min jama'i (asuransi kolektif) adalah akad tabarru'; setiap peserta adalah pemberi dana tabarru' kepada peserta lain yang terkena musibah berupa ganti rugi (bantuan, klaim) yang menjadi haknya; dan pada saat yang sama ia pun berhak menerima dana tabarru' ketika terkena musibah (Ahmad Salim Milhim, al-Ta'min al-Islami, h, 83).

2. Hasil Lokakarya Asuransi Syari'ah DSN-MUI dengan AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia) tanggal 7-8 Jumadi al-Ula 1426 H / 14-15 Juni 2005 M.
4. Pendapat dan saran peserta Rapat Pleno Dewan Syari'ah Nasional pada 23 Shafar 1427/23 Maret 2006.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : **FATWA TENTANG AKAD TABARRU' PADA ASURANSI SYARI'AH**

Pertama : **Ketentuan Umum**

Dalam Fatwa ini, yang dimaksud dengan:

- a. asuransi adalah asuransi jiwa, asuransi kerugian dan reasuransi syariah;
- b. peserta adalah peserta asuransi (pemegang polis) atau perusahaan asuransi dalam reasuransi syari'ah.

Kedua : **Ketentuan Hukum**

1. Akad Tabarru' merupakan akad yang harus melekat pada semua produk asuransi.
2. Akad Tabarru' pada asuransi adalah semua bentuk akad yang dilakukan antar peserta pemegang polis.
- 3.

Ketiga : **Ketentuan Akad**

1. Akad Tabarru' pada asuransi adalah akad yang dilakukan dalam bentuk hibah dengan tujuan kebajikan dan tolong menolong antar peserta, bukan untuk tujuan komersial.
2. Dalam akad Tabarru', harus disebutkan sekurang-kurangnya:
 - a. hak & kewajiban masing-masing peserta secara individu;
 - b. hak & kewajiban antara peserta secara individu dalam akun tabarru' selaku peserta dalam arti badan/kelompok;

- c. cara dan waktu pembayaran premi dan klaim;
- d. syarat-syarat lain yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

Keempat : **Kedudukan Para Pihak dalam Akad Tabarru'**

1. Dalam akad Tabarru', peserta memberikan dana hibah yang akan digunakan untuk menolong peserta atau peserta lain yang tertimpa musibah.
2. Peserta secara individu merupakan pihak yang berhak menerima dana tabarru' (mu'amman/mutabarra' lahu, مؤمن/مُتَبَرِّعٌ لَهُ) dan secara kolektif selaku penanggung (mu'ammin/mutabarri'- مؤمن/مُتَبَرِّعٌ).
3. Perusahaan asuransi bertindak sebagai pengelola dana hibah, atas dasar akad Wakalah dari para peserta selain pengelolaan investasi.

Kelima : **Pengelolaan**

1. Pembukuan dana Tabarru' harus terpisah dari dana lainnya.
2. Hasil investasi dari dana tabarru' menjadi hak kolektif peserta dan dibukukan dalam akun tabarru'.
3. Dari hasil investasi, perusahaan asuransi dapat memperoleh bagi hasil berdasarkan akad Mudharabah atau akad Mudharabah Musytarakah, atau memperoleh ujarah (fee) berdasarkan akad Wakalah bil Ujarah.

Keenam : **Surplus Underwriting**

1. Jika terdapat surplus underwriting atas dana tabarru', maka boleh dilakukan beberapa alternatif sebagai berikut:

- a. Dperlakukan seluruhnya sebagai dana cadangan dalam akun tabarru'.
 - b. Disimpan sebagian sebagai dana cadangan dan dibagikan sebagian lainnya kepada para peserta yang memenuhi syarat aktuarial/manajemen risiko.
 - c. Disimpan sebagian sebagai dana cadangan dan dapat dibagikan sebagian lainnya kepada perusahaan asuransi dan para peserta sepanjang disepakati oleh para peserta.
2. Pilihan terhadap salah satu alternatif tersebut di atas harus disetujui terlebih dahulu oleh peserta dan dituangkan dalam akad.

Ketujuh : **Defisit Underwriting**

1. Jika terjadi defisit underwriting atas dana tabarru' (defisit tabarru'), maka perusahaan asuransi wajib menanggulangi kekurangan tersebut dalam bentuk Qardh (pinjaman).
2. Pengembalian dana qardh kepada perusahaan asuransi disisihkan dari dana tabarru'.

Kedelapan : **Ketentuan Penutup**

1. Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.
2. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan jika di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Shafar 1427
23 Maret 2006

DEWAN SYARIAH NASIONAL
MAJELIS ULAMA INDONESIA

Ketua,

Sekretaris,

Dr. K.H. M.A. Sahal Mahfudh

Drs. H.M. Ichwan Sam

Lampiran V

SYARAT UMUM POLIS INDIVIDU ASURANSI TAKAFUL KELUARGA

Pasal 1 Pengertian Istilah

Dalam syarat umum polis ini, yang dimaksud dengan:

Perusahaan	PT Asuransi Takaful Keluarga (Pemegang Amanah).
Peserta	Adalah pemegang polis yang bertindak sebagai Shahibul Maal (pemilik dana) yang mengadakan perjanjian takaful.
Takaful	Usaha kerja sama saling melindungi dan menolong di antara peserta dalam menghadapi terjadinya malapetaka dan bencana (sesuai dengan QS Al-Maa'idah: 2).
Yang Ditunjuk	Salah seorang ahli waris yang ditunjuk oleh peserta yang akan membagikan manfaat <i>takaful</i> kepada ahli waris sesuai hukum waris/ <i>faraid</i> , atau yang berhak menerima manfaat <i>takaful</i> .
Polis	Surat perjanjian antara peserta dengan perusahaan.
Premi Takaful	Sejumlah dana yang dibayarkan oleh peserta yang terdiri dari dana tabungan (merupakan tabungan peserta, khusus untuk produk yang mempunyai unsur tabungan) dan <i>tabarru'</i> (dana untuk tujuan kerja sama, tolong-menolong, dan saling menanggung di antara para peserta, bila terjadi Klaim).
Nilai Tunai	Dana tabungan ditambah dengan bagian keuntungan atas hasil investasi (<i>mudharabah</i>) dan dikurangi dengan pengambilan sebagian jika ada.
Dana Kematian	Dana yang diambil dari rekening <i>tabarru'</i> pada saat peserta meninggal,

yang besarnya disesuaikan dengan jenis produk yang diikuti.

Manfaat Takaful Jumlah dana kematian ditambah nilai tunai (untuk polis dengan unsur tabungan).

Pasal 2 Dasar Perjanjian

1. Setiap peserta yang mengadakan perjanjian dengan perusahaan diwajibkan mengisi dan menandatangani sendiri Surat Pengajuan Asuransi (SPA/aplikasi) beserta formulir pendukung dan persyaratan yang telah dipersiapkan untuk itu, dengan lengkap dan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, kemudian menyerahkan kepada perusahaan.
2. Keterangan yang dicantumkan di dalam formulir pendukung tersebut pada ayat (1) di atas maupun pernyataan tertulis lainnya yang disampaikan oleh calon peserta, merupakan dasar dari perjanjian dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari polis.
3. Jika kemudian ternyata keterangan tersebut tidak benar dan atau palsu, sedangkan perjanjian telah berjalan, maka perusahaan mempunyai hak untuk membatalkan perjanjian tersebut dan mengembalikan nilai tunainya.
4. Dalam hal peserta dapat membuktikan bahwa yang tidak benar itu ternyata diberikan tidak dengan sengaja, maka perjanjian dapat dilanjutkan dengan mengadakan penyesuaian menurut keadaan yang sebenarnya.

Pasal 3 Mulai Berlaku Perjanjian

Perjanjian ini berlaku sesuai dengan tanggal yang tercantum dalam polis dan premi pertama telah dilunasi.

Pasal 4

Pembayaran Premi

1. Pembayaran premi dapat dilakukan secara sekaligus, tahunan, se-mesteran, triwulan, dan bulanan sesuai dengan persyaratan perusahaan. Khusus produk nontabungan pembayaran premi dilakukan secara sekaligus dan tahunan.
2. Premi dibayar dimuka secara penuh sebelum tanggal jatuh tempo kepada perusahaan, dan pembayaran dapat dilakukan di kantor pusat, perwakilan, atau di kantor-kantor lain yang ditunjuk oleh perusahaan.
3. Apabila premi dibayar dengan cheque/giro bilyet, maka baru dianggap lunas setelah cheque/giro bilyet tersebut diuangkan/dicairkan.
4. Bukti pembayaran melalui transfer (via asuransi syariah) mempunyai kekuatan yang sama dengan kuitansi pembayaran premi dari perusahaan.
5. Atas pembayaran premi lanjutan diberikan kelonggaran 1 (satu) bulan sejak tanggal jatuh tempo pembayaran. Bila dalam masa kelonggaran tersebut peserta meninggal dunia, maka perusahaan akan membayar manfaat takaful.
6. Bila premi lanjutan belum dibayar lebih dari satu bulan (masa kelonggaran), maka polis dinyatakan batal. Khusus untuk polis dengan unsur tabungan apabila peserta meninggal atau mengundurkan diri, perusahaan hanya akan membayar nilai tunai.

Pasal 4a

Biaya Penagihan

1. Pembayaran premi melalui petugas penagihan (kolektor) dibeasuransi syariahan biaya penagihan dan didebetkan langsung dari rekening peserta.
2. Besarnya penagihan ditentukan perusahaan.

Pasal 5

Pemulihan Polis

1. Bila polis menjadi batal menurut ketentuan Pasal 4 ayat (6), maka pemulihan polis dapat dilakukan atas permintaan tertulis dari peserta.
2. Pemulihan polis dapat dilakukan menurut salah satu cara di bawah ini:
 - a. Melunasi seluruh premi lanjutan (yang telah jatuh tempo pembayarannya).
 - b. Melunasi seluruh *tabarru'* dari premi lanjutan (yang telah jatuh tempo pembayarannya) ditambah dengan tabungan jatuh tempo terakhir.
3. Khusus untuk program yang ada tahapannya, pemulihan hanya dapat dilakukan dengan cara yang tercantum dalam ayat (2) a pasal ini.
4. Pemulihan atas permintaan peserta akan diproses oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan *underwriting* dan aktuaria, dan dikenakan biaya administrasi.

Pasal 6

Perubahan Polis

1. Perubahan polis dilakukan atas dasar permintaan tertulis dari peserta dengan ketentuan polis masih dalam keadaan aktif.
2. Perubahan dapat meliputi alamat, ahli waris, cara bayar, jumlah premi, masa perjanjian, dan perubahan mata uang.
3. Untuk perubahan cara bayar, jumlah premi dan perubahan mata uang dari rupiah ke US dollar atau sebaliknya (konversi) berlaku ketentuan:
 - a. Hanya dapat dilakukan untuk sisa masa perjanjian yang akan datang dan tidak mengubah perjanjian yang telah lalu.
 - b. Khusus untuk konversi; perhitungan dilakukan dengan menggunakan kurs Asuransi syariah Muamalat Indonesia, pada tanggal persetujuan yang ditetapkan oleh perusahaan:

- Untuk konversi dari rupiah ke dolar, menggunakan kurs jual.
 - Untuk konversi dari dolar ke rupiah, menggunakan kurs beli.
4. Perubahan atas permintaan peserta akan diproses oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan *underwriting* dan aktuaria, dan dikenakan biaya administrasi.
 5. Dengan dasar dan alasan apa pun peserta tidak dapat digantikan oleh orang lain.
 6. Bila polis menjadi batal menurut ketentuan Pasal 4 ayat (6) dan akan dilakukan perubahan, maka polis harus dipulihkan dahulu baru dilakukan perubahan.

Pasal 7 **Pengambilan Nilai Tunai**

1. Pengambilan nilai tunai dapat dilakukan atas permintaan tertulis dari peserta.
2. Pengambilan nilai tunai:
 - a. Sebagian, dengan ketentuan:
 - Polis dalam keadaan aktif (masih berlaku) dan minimal berumur dua tahun.
 - Hanya dapat dilakukan satu kali pengambilan dalam tahun yang sama.
 - Maksimdl adalah 50% dari nilai tunai saat pengajuan.
 - b. Habis kontrak:
 - Polis yang diajukan nilai tunai dengan tenggang waktu maksimum enam bulan sebelum akhir perjanjian, termasuk polis habis kontrak.
 - Nilai tunai habis kontrak yang belum diambil, otomatis akan diberhentikan bagi hasilnya sejak tanggal pengajuan.
3. Khusus program yang ada tahapannya tidak dapat dilakukan pengambilan nilai tunai sebagian.

Pasal 7a

Tahapan

1. Tahapan diberikan untuk polis dalam keadaan aktif (masih berlaku).
2. Dana tahapan diberikan sesuai dengan tahapan yang tercantum dalam polis.
3. Apabila pada saat pengajuan tahapan, nilai tunai yang tersisa lebih kecil dari nominal tahapan yang seharusnya, maka perusahaan akan membayar maksimal sebesar nilai tunai yang ada.
4. Untuk tahapan yang sudah jatuh tempo dan belum diambil, dapat diambil kapan saja dengan terlebih dahulu mengajukan klaim tahapan.
5. Khusus untuk produk Takaful Dana Siswa dan Takaful Dana Pendidikan, tahapan yang tidak diambil akan terakumulasi pada nilai tunai sehingga akan memperbesar jumlah tahapan ketika di perguruan tinggi.

Pasal 8

Syarat-Syarat pengajuan Klaim

1. Dokumen yang diperlukan sebagai syarat untuk pengajuan klaim adalah sebagai berikut:
 - a. Syarat secara umum
 - Polis asli.
 - Mengisi formulir pengajuan klaim yang disediakan oleh perusahaan.
 - Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
 - Melampirkan surat pemberitahuan jatuh tempo tahapan (khusus untuk program yang ada tahapannya jika ada).
 - Surat keterangan medis dari dokter atau rumah sakit yang merawat (untuk klaim rawat inap atau cacat tetap karena kecelakaan).
 - b. Khusus untuk klaim meninggal dunia dilengkapi dengan:
 - Mengisi formulir daftar pertanyaan untuk

- klaim yang disediakan oleh perusahaan
- Surat kematian dari instansi pemerintah yang berwenang.
 - Surat dari dokter yang berisikan keterangan sebab-sebab meninggal.
 - Melampirkan surat keterangan dari polisi (bila meninggal karena kecelakaan).
2. Perusahaan berhak untuk meminta diberikan dokumen-dokumen lain yang dianggap perlu dalam pengajuan klaim.
 3. Dalam hal peserta meninggal dunia, jangka waktu pengajuan berikut bukti-bukti yang diperlukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan sejak tanggal meninggal .

Pasal 9 **Pembayaran klaim**

1. Klaim akan dibayarkan setelah berkas-berkas yang dipersyaratkan menurut Pasal 8 telah lengkap diterima dan disetujui oleh perusahaan.
2. Pembayaran klaim dilakukan di kantor pusat, cabang, perwakilan, atau kantor-kantor yang lain yang ditunjuk oleh perusahaan.
3. Khusus untuk pembayaran polis dolar, akan diatur dengan peraturan khusus.
4. Klaim yang tidak diambil/terlambat diambil, perhitungan bagi hasil sesuai pada saat tanggal akseptasi klaim (klaim disetujui).

Pasal 10 **Pengecualian**

1. Perusahaan bebas dari kewajiban membayar manfaat *takaful* menurut perjanjian jika peserta mengalami musibah karena:
 - a. Bunuh diri atau dihukum coati oleh pengadilan yang berwenang.
 - b. Terlibat perkelahian, kecuali jika terbukti sebagai pihak yang mempertahankan din.
 - c. Akibat perbuatan yang disengaja, direncanakan dengan

perse-
tujuan peserta atau pihak yang berhak menerima
santunan.

- d. Akibat kecelakaan pesawat terbang yang tidak diselenggarakan oleh perusahaan penerbangan yang tergabung dalam International Air Transport Association (IATA).
 - e. Pekerjaan/jabatan peserta yang mengandung risiko sebagai militer, polisi, pilot, buruh tambang, dan pekerjaan/jabatan lain yang risikonya tinggi.
 - f. Olahraga atau hobi peserta yang mengandung bahaya, seperti balap mobil, balap sepeda motor, balap kuda, terbang layang, olahraga terbang, berlayar atau berenang di laut lepas, mendaki gunung, bertinju, bergulat, serta olahraga atau hobi lain yang mengandung bahaya dan risiko tinggi.
 - g. Perbuatan kekerasan dalam pemberontakan, huru-hara, perang, pengacauan dan kekacauan, perbuatan teror, kegaduhan sipil atau keadaan yang dapat disamakan dengan itu (baik langsung atau tidak langsung dan tidak memandang apakah tindakan itu ditujukan kepada peserta atau orang lain).
2. Dalam hal ayat (1) d, e, f, perusahaan akan membayar seluruh manfaat *takaful* sepanjang risiko tersebut, secara khusus sudah diperhitungkan.
 3. Untuk polis yang mempunyai unsur tabungan maka perusahaan akan membayar nilai tunainya saja.

Pasal 11 **Peraturan dalam Keadaan Perang**

1. Dalam hal sebagian atau seluruh wilayah Indonesia terlibat dalam peperangan, baik dinyatakan atau tidak, atau negara Republik Indonesia untuk seluruhnya atau sebagian dinyatakan dalam keadaan bahaya sipil atau darurat perang maka semua pembayaran manfaat *takaful* atas klaim akan dikenakan potongan sementara yang besarnya ditentukan oleh perusahaan.
2. Satu tahun setelah berakhirnya perang atau keadaan darurat perang, perusahaan akan menentukan

besarnya potongan yang pasti, sesuai dengan meningkatnya angka kematian.

Pasal 12 **Tempat Kedudukan Perusahaan**

Penyelesaian segala perselisihan antara perusahaan dan pihak yang berkepentingan dalam perjanjian *takaful* ini dilakukan melalui Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) atau pengadilan pada tempat yang disepakati kedua belah pihak.

MANFAAT TAKAFUL KECELAKAAN

Dalam hal peserta selama masa perjanjian mengalami suatu kecelakaan dan dalam waktu 90 hari sejak terjadi kecelakaan tersebut mengakibatkan peserta:

1. Meninggal dunia dibayarkan 100% dari manfaat *takaful (MT)*.
2. Cacat tetap menderita kehilangan atau kehilangan fungsi untuk selamanya dari anggota atau alat badan dan mulai berlaku pada waktu dokter menetapkan keadaan cacat tetap tersebut, maka perusahaan akan membayar santunan atas dasar Skala persentase dari jumlah manfaat *takaful (MT)*.
 - a. Cacat tetap sebagian:
 - Lengan kanan mulai dari pundak ke bawah
 - Lengan kiri mulai pundak ke bawah
 - Lengan kanan mulai dari siku
 - Tangan kiri mulai dari siku
 - Tangan kanan mulai dari pergelangan
 - Tangan kiri mulai dari pergelangan
 - Sebelah kaki dari pinggul ke bawah
 - Kedua belah kaki dari mata kaki ke bawah
 - Sebelah kaki dari mata kaki ke bawah
 - Pengelihatan sebelah mata
 - Pendengaran kedua belah telinga
 - Pendengaran sebelah telinga
 - Ibu jari tangan kanan
 - Ibu jari tangan kanan

- Jari telunjuk kanan
 - Jari telunjuk kiri
 - Salah satu jari selain ibu jari dan jari telunjuk tangan kanan
 - Salah satu jari selain ibu jari dan jari telunjuk tangan kiri
 - Salah satu ibu jari kaki
 - Salah satu jari selain selain ibu jari kaki
- b. Cacat tetap total
- Kedua tangan
 - Kedua kaki
 - Kedua mata
 - Satu tangan dan satu kaki
 - Satu kaki dan satu mata

Catatan:

1. Bagi mereka yang kidal, perkataan “kanan” berarti “kiri” dan sebaliknya.
2. Dalam hal kehilangan sebagian dari salah satu anggota badan sebagai tersebut diatas, pembayaran manfaat *takaful*-nya dikurangi secara proporsional, sedangkan dalam hal kehilangan dua atau lebih anggota badan bersama-sama, pembayaran manfaat *takaful*-nya tidak. Boleh melebihi 100% MT kecelakaan diri.

