

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA  
DAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN  
KEUNGGULAN KOMPETITIF  
(Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh**

**ESTU PERMANA**

**NPM: 1551020028**

**Program Studi : Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1440 H/ 2019**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA  
DAN PRODUK ASURANSI SYARIAH DALAM MENINGKATKAN  
KEUNGGULAN KOMPETITIF  
(Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-syarat  
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 dalam Ilmu Ekonomi**



**Pembimbing I : Vitria Susanti, M.A.,M.Ec.Dev.  
Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.,Sy.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1440 H/ 2019**

## ABSTRAK

Asuransi syariah adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang cukup pesat di Indonesia sehingga persaingan antar lembaga keuangan ini pun semakin ketat. Pertumbuhan aset industri asuransi syariah juga terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Seiring dengan pertumbuhan tersebut PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif diperlukan pengembangan-pengembangan SDM dan produk asuransi syariah agar mampu bersaing dan unggul dibanding dengan perusahaan-perusahaan lainnya.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan sumber daya manusia dan pengembangan produk asuransi syariah di PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan SDM dan produk asuransi syariah yang digunakan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

Penelitian ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif deskriptif analisis, dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Dengan menggunakan metode ini, penelitian berusaha memberikan pemecahan masalah dengan mengumpulkan data di lapangan, menyusun, mengklarifikasikan serta menganalisis data mengenai strategi pengembangan SDM dan pengembangan produk asuransi syariah yang digunakan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam meningkatkan keunggulan kompetitif.

Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini adalah (1) strategi yang diterapkan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dalam pengembangan sumber daya manusia yaitu (a) pengembangan kompetensi karyawan mengenai produk inti. (b) Pelatihan, yaitu dengan memberikan pemahaman mendalam melalui presentasi dan pelatihan mengenai teknik perhitungan yang digunakan perusahaan. (c) Mapping area, yaitu dengan memberikan pemahaman mendalam mengenai pemetaan wilayah khususnya pada bagian marketing. (d) Pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi. (2) Strategi pengembangan produk asuransi syariah yang diterapkan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dalam meningkatkan keunggulan kompetitif adalah dengan cara mengembangkan produk-produk yang telah ada dan dimiliki oleh perusahaan, dimana pengembangan produk banyak dilakukan pada produk syariah pembiayaan dan produk individu.

Kesimpulan penelitian ini adalah strategi yang diterapkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung baik dalam pengembangan SDM maupun pengembangan produk asuransi syariah yaitu dengan memberikan pelayanan terbaik kepada semua nasabah dan memberikan produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga dapat terus mendapat kepercayaan dari semua relasi dan mampu unggul diantara pesaing yang lain.

**Kata Kunci :** *Pengembangan SDM, Pengembangan Produk, Keunggulan Kompetitif, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin*





**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721)703289  
Bandar Lampung 35131

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)**

**Nama Mahasiswa : Estu Permana**

**NPM : 1551020028**

**Program Studi : Perbankan Syariah**

**Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk di Munaqasyahkan dan di Pertahankan dalam sidang Munaqasyah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Vitria Susanti, M.A., M.Ec.Dev.**

**Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy**

**NIP. 197809182005012005**

**NIP.**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.**

**NIP. 198208082011011001**





KEMENTERIAN AGAMA RI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721)703289  
Bandar Lampung 35131

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)” disusun oleh Estu Permana, NPM : 1551020028, Jurusan Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: Kamis / 22 Agustus 2019

**TIM PENGUJI**

Ketua : Ahmad habibi, S.E.,M.E.

Sekretaris : Rahmat Fajar Ramdani, M.Si.

Penguji I : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy.

Penguji II : Vitria Susanti, M.A.,M.Ec.Dev.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag.,M.S.I**

**NIP : 198008012003121001**





**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame 1 Telp. (0721)703289*

*Bandar Lampung 35131*

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ESTU PERMANA**

NPM : **1551020028**

Jurusan/Prodi : **Perbankan Syariah**

Fakultas : **FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada Pt Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun sanduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dimaklumi.

Bandar Lampung, 10 Juli 2019

Penulis

**Estu Permana**  
**1551020028**

## MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا  
ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا  
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا  
عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

### الْعِقَابِ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id[392], dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). 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.” (Q.S. Al-Maidah:2)<sup>1</sup>*

<sup>1</sup> Diponegoro Agama RI, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an Dan Terjemah* (Bandung: Diponegoro, 2013), h. 23

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur dan terimakasih saya yang mendalam kepada:

1. Kedua orang tua ku, Bapak Srimanto dan Ibu Kustiah yang selalu memberikan dukungan semangat, material, dan juga doa. Karena tanpa dukungan dan semua doanya mustahil skripsi ini dapat terselesaikan. Ketulusan kasih sayang, jerih payah, serta ridho kedua orang tua yang telah mengantarkanku menjadi orang yang berilmu, berbudi, berakhlak, dan bertanggung jawab.
2. Adikku tercinta Wasis Adi Susilo, terimakasih karena selalu memberi semangat, dukungan serta doanya untukku.
3. Seluruh keluarga besarku yang selalu memberi dorongan moril sehingga aku bisa menyelesaikan pendidikanku hingga akhir.
4. Untuk Almamater tercinta yaitu Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 29 Maret 1997 di Ngestiboga 1, Musirawas, Sumatera Selatan. Dari keluarga Bapak Srimanto dan Ibu Kustiah, yang merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Pendidikan yang telah ditempuh penulis:

1. pendidikan SD Negeri 2 Ngestiboga 1, kec. Jayaloka ditempuh dari tahun 2004 diselesaikan tahun 2009.
2. Pendidikan SMP Negeri 1 Margatunggal, Kec. Jayaloka ditempuh dari tahun 2009 diselesaikan pada tahun 2012.
3. Pendidikan SMA Swasta Al- Ikhlas, Pondok Pesantren Modern Al-Ikhlas Lubuk Linggau ditempuh dari tahun 2012 diselesaikan pada tahun 2015.
4. Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai mahasiswi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI) jurusan perbankan syariah.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah salah satu syarat dalam rangka mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Lampung.

Dalam rangka menyelesaikan skripsi ini, penulis membuat judul yaitu “ Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung)” yang dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN Lampung.

Dalam penulisan skripsi tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr.Ruslan Abdul Ghoful,S.Ag.,M.S.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang senantiasa mengayomi mahasiswa.
2. Ibu Erike Anggraini,S.E.,D.B.A selaku Kajar Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah membimbing kami selama proses akademik berlangsung sehingga kami bisa menyelesaikan program studi Perbankan Syariah dengan baik.



3. Ibu Vitria Susanti, M.A., M.Ec., Dev dan Ibu Diah Mukminatul Hasyimi, M.E.Sy selaku Pembimbing Akademik 1 dan 2 yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan pelajaran kepada penulis selama proses perkuliahan.
5. Kepada seluruh staf Akademik dan pegawai perpustakaan yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam mendapatkan informasi dan sumber referensi.
6. Kepada Pimpinan Cabang PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung Bapak Zakwan Efendi, S.Pd. yang telah memberikan izin dan membantu penulisan dalam menyelesaikan riset dan penelitian di PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.
7. Sahabat dan teman-temanku khususnya Pungky, Rudi Antoro, Metri, Etik Nurlita, Anita Rahayu, Sri Utami, Diah Ratna serta Imam Asyrofi yang telah memberi banyak pelajaran hidup, pengalaman, dan mengingatkan dikala salah.
8. Semua rekan-rekan yang telah memberikan bantuan dan dorongan dengan keikhlasan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Sekalipun penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini pada kesempatan yang lain.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Bandar Lampung, 10 Mei 2019

Penulis

**ESTU PERMANA**  
**1551020028**





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Pengasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan Penelitian .....	15
F. Manfaat Penelitian.....	15
G. Metode Penelitian.....	16
 <b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Grand Theory .....	24
B. Kajian Teori .....	26
1. Tinjauan Umum Tentang Strategi Pengembangan SDM .....	26
a. Pengertian Strategi .....	26

b. Defenisi Pengembangan SDM.....	28
c. Perubahan Dalam Pengembangan Karier .....	30
d. Proses Pengembangan Sumber Daya Manusia .....	33
e. Metode Pelatihan dan Pengembangan SDM.....	34
f. SDM Berbasis Syariah.....	37
g. Tantangan Pengembangan SDM .....	39
2. Tinjauan Umum Pengembangan Produk.....	42
a. Definisi Pengembangan Produk.....	42
b. Strategi Pengembangan Produk .....	43
c. Proses pengembangan Produk .....	45
3. Asuransi Syariah.....	49
a. Pengertian Asuransi Syariah.....	49
b. Dasar Hukum Asuransi Syariah.....	51
c. Produk-Produk Asuransi Syariah .....	54
d. Prinsip Pengelolaan Asuransi Syariah .....	60
e. Mekanisme Kerja Asuransi Syariah .....	64
4. Keunggulan Kompetitif .....	70
a. Defenisi Keunggulan Kompetitif.....	70
b. Jenis Strategi dalam Keunggulan Kompetitif .....	72
c. Pilihan Strategi Bersaing .....	74
d. Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Kompetitif.....	79
C. Tinjauan Pustaka .....	80
D. Kerangka Pemikiran.....	83

### **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	85
1. Sejarah Berdirinya PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin .....	85
2. Struktur Organisasi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.....	87
3. Visi dan Misi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin.....	88
B. Prinsip Operasional PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin .....	88



C. Akad Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin.....	89
D. Prosedur Pendaftaran Polis dan Pengajuan Klaim PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin .....	90
E. Produk-Produk PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin.....	91
F. Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amim .....	94
G. Strategi Pengembangan SDM dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif .....	95
H. Strategi Pengembangan Produk Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif .....	96
I. Hasil Wawancara PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung .....	97
J. Hasil wawancara Peserta Asuransi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.....	99

#### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Strategi Pengembangan SDM pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.....	100
B. Analisis Strategi Pengembangan Produk pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.....	111

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	127
B. Saran.....	129

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1.1 Pertumbuhan Aset Asuransi Syariah.....	6
1.2 Persentase Aset dan Kontribusi Bruto Asuransi Syariah .....	10
2.1 Indikator Keunggulan Kompetitif.....	74
4.1 Laba Bersih PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung Tahun 2013-2017 .....	125





## DAFTAR GAMBAR

1.1 Pendapatan Premi PT . Auransi Jiwa Syariah Al Amin 2012-2017 .....	12
2.1 Kerangka Pemikiran.....	83
3.1 Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung .....	87



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blanko Konsultasi Pembimbing
- Lampiran 2 : Surat Izin Pra Riset
- Lampiran 3 : Surat Izin Riset
- Lampiran 4 : Panduan Wawancara
- Lampiran 5 : Hasil Wawancara
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Telah Riset
- Lampiran 7 : Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 8 : SK Pembimbing
- Lampiran 9 : SK Penguji Munaqasyah



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman penulis menjelaskan dan tegaskan, judul proposal skripsi ini adalah sebagai berikut **“Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)”**.

##### 1. Analisis

Analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan) untuk mendapatkan fakta yang tepat atau penguraian pokok persoalan atas bagian-bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dan untuk mendapatkan pemahaman secara keseluruhan.<sup>1</sup>

##### 2. Strategi

Strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.<sup>2</sup>

##### 3. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan merupakan upaya memberi kemampuan kepada karyawan yang akan diperlukan organisasi dimasa yang akan datang.

---

<sup>1</sup> Persalim, Yenny Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer* (Modern English Press, 1999), h. 61

<sup>2</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h.339



Pengembangan SDM adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mengembangkan pengetahuan, keahlian dan kemampuan pekerja, demikian juga dengan kompetensi-kompetensi yang dikembangkan melalui pelatihan dan pengembangan, pembelajaran organisasi, manajemen kepemimpinan, dan manajemen pengetahuan untuk kepentingan peningkatan kinerja.<sup>3</sup>

#### 4. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah usaha sebuah perusahaan untuk meningkatkan penjualan dengan memproduksi produk yang baru atau produk yang lama ditingkatkan untuk pasar yang telah ada. Tujuan adanya pengembangan produk ini adalah untuk menyempurnakan produk yang telah ada atau mengembangkan produk baru untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.<sup>4</sup>

#### 5. Asuransi Syariah

Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.<sup>5</sup>

#### 6. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan bersaing merupakan perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan untuk pembelinya. Adapun keunggulan bersaing

---

<sup>3</sup> Chris Rowley & Keith Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), h. 88

<sup>4</sup> veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 83

<sup>5</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

berkembang dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk pembelinya yang melebihi biaya perusahaan dalam menciptakannya. Nilai adalah apa yang pembeli sedia bayar.<sup>6</sup>

Jadi berdasarkan uraian dari penegasan judul di atas, maka kesimpulan dari definisi judul penelitian ini adalah penyelidikan terhadap pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibanding dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi melalui peningkatan SDM dan pengembangan produk baru yang ada dalam perusahaan asuransi syariah dalam kaitannya terhadap peningkatan daya saing.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan penulis memilih judul tersebut yaitu:

### **1. Alasan Objektif**

Sejalan dengan perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya lembaga asuransi syariah baik dari sisi pertumbuhan aset maupun kelembagaan jumlah asuransi syariah di Indonesia yang semakin pesat, menciptakan persaingan yang semakin ketat pula antar perusahaan. Namun sejalan perkembangannya tidak dibarengi dengan SDM syariah yang memadai serta produk inovatif unggulan dibandingkan dengan lembaga keuangan konvensional, sehingga sangat diperlukan perbaikan dan pengembangan baik dari sisi SDM maupu produk yang dimiliki perusahaan.

---

<sup>6</sup> Crown Dirgantoro, *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), h. 159, Mengutip Fahmi Rahmat Hidayat, "Analisis Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing" (Skripsi Programa Sarjana Ilmu Muamalat Konsentrasi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016), h. 36

kompeten dan mampu bersaing. Menurut data Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia pertumbuhan aset dan kontribusi bruto pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin masih terbilang kecil dibandingkan dengan perusahaan asuransi jiwa syariah lainnya. Disisi lain, pendapatan premi pada perusahaan tersebut juga bersifat fluktuatif atau tidak stabil karena mengalami peningkatan dan penurunan terhitung sejak tahun 2012-2017. Melalui pengembangan SDM dan pengembangan produk diharapkan perusahaan asuransi jiwa syariah Al Amin dapat terus bersaing dan eksis diantara perusahaan yang lain.

Berdasarkan permasalahan tersebut judul skripsi ini dipilih karena keingintahuan penulis untuk mengetahui tentang pengembangan SDM dan produk asuransi syariah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.

## 2. Alasan Subjektif

Secara subjektif, bagi penulis banyaknya referensi pendukung pada skripsi yang akan diteliti ini, dapat mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi kedepannya. Selain itu, judul skripsi yang ditulis dalam penelitian ini telah sesuai dengan jurusan yang penulis ambil di Fakultas dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

## C. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan semakin hari kian mengalami peningkatan. Hal ini terjadi karena ekonomi masyarakat yang semakin meningkat. Masyarakat semakin sadar untuk menggunakan harta mereka



dengan baik, apalagi bagi seorang muslim mereka akan sangat berhati-hati sekali terhadap penggunaan harta mereka. Salah satu lembaga keuangan yang berkembang cukup pesat yaitu lembaga perasuransian, begitu pula dengan lembaga asuransi yang berbasis syariah. Dimana lembaga ini telah banyak membantu kebutuhan masyarakat dalam hal penggantian kemungkinan risiko yang terjadi akibat kecelakaan ataupun musibah-musibah yang tidak di inginkan.

Lembaga asuransi syariah adalah suatu lembaga yang kegiatannya memikul risiko diantara sesama orang sehingga antara satu dengan yang lainnya menjadi penanggung atas risiko yang lainnya. Saling pikul risiko ini dilakukan atas dasar saling menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing saling mengeluarkan dana *tabarru'*, dana ibadah, sumbangan, derma yang ditunjuk untuk menanggung risiko. Definisi lembaga asuransi dalam hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surah Al-Maidah:2, yaitu:<sup>7</sup>

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ

إِنَّ اللَّهَ 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.” (Al-Maidah:2)

<sup>7</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (life And General) Konsep dan Sistem Operasional* (Jakarta: Gema Insani Pers, 2004), h.33

Di Indonesia jenis usaha lembaga asuransi terdiri dari dua bidang utama, yaitu usaha asuransi kerugian (*non life insurance*) dan usaha asuransi jiwa (*life insurance*). Usaha asuransi kerugian merupakan usaha yang memberikan manfaat jasa-jasa dalam penanggulangan risiko atas kerugian, kehilangan manfaat, dan tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul akibat terjadinya peristiwa yang tidak pasti. Sedangkan usaha asuransi jiwa merupakan suatu jasa usaha asuransi yang diberikan oleh perusahaan asuransi dalam penanggulangan risiko yang berkaitan dengan jiwa atau meninggal seseorang yang dipertanggungjawabkan.<sup>8</sup>

Industri keuangan syariah di Indonesia khususnya lembaga asuransi syariah saat ini menunjukkan perkembangan yang semakin baik dan meningkat. Hal ini dapat dibuktikan dengan data yang diperoleh dari Statistik Asuransi Syariah tahun 2017 dimana pertumbuhan aset industri asuransi syariah terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Adapun data pertumbuhan aset tersebut sebagai berikut.<sup>9</sup>

**Tabel 1.1**  
**Pertumbuhan Aset Asuransi Syariah**  
**(Dalam Triliun)**

Keterangan	2013	2014	2015	2016	2017
Asuransi Umum dan Reasuransi Syariah	3,84	4,31	4,96	6,22	7,34
Asuransi Jiwa Syariah	12,8	18,08	21,73	26,9	33,19

Sumber: Statistik Perasuransian Indonesia 2017, OJK

<sup>8</sup> Frianto Pandia, Elly Santi Ompusunggu, Achmad Abror, *Lembaga Keuangan* (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2009), h.141

<sup>9</sup>Statistik Perasuransian Indonesia 2017” (On-line), tersedia di: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/asuransi/Pages/Statistik-Perasuransian-Indonesia---2017.aspx> (15 Januari 2019).

Dari sisi perkembangan kelembagaan jumlah lembaga asuransi syariah di Indonesia juga terus mengalami peningkatan. Hingga akhir Desember 2017 jumlah perusahaan asuransi dan reasuransi dengan prinsip syariah adalah 63 perusahaan yang terdiri dari 12 perusahaan asuransi syariah (murni syariah), 1 perusahaan reasuransi syariah (murni syariah), 48 perusahaan asuransi yang memiliki unit syariah dan 2 perusahaan reasuransi yang memiliki unit syariah.<sup>10</sup>

Pertumbuhan industri asuransi syariah yang cukup pesat memiliki peranan yang cukup besar bagi perekonomian di Indonesia. Dimana kebutuhan masyarakat akan lembaga asuransi sangat dibutuhkan mengingat banyaknya risiko-risiko yang kemungkinan terjadi dimasa depan. Salah satunya adalah asuransi jiwa yang mampu menanggung orang atas kerugian finansial yang tak terduga dan menyebabkan risiko kematian.

Pesatnya pertumbuhan lembaga asuransi saat ini khususnya lembaga asuransi syariah di Indonesia, menciptakan persaingan yang semakin ketat pula antar perusahaan. Dimana tingkat persaingan saat ini tidak hanya terletak pada keunggulan di bidang teknologi dan proses atau memiliki pasar yang diproteksi dan diregulasi atau memiliki modal. Akan tetapi, kepemilikan sumber daya manusia yang berkualitas juga merupakan asset yang sulit diperdagangkan atau ditiru, langka, dan cocok yang memberikan keunggulan kompetitif perusahaan secara berkelanjutan.

---

<sup>10</sup> *Ibid*

Kepemilikan sumber daya manusia yang berkualitas merupakan suatu aset yang sangat penting dan dibutuhkan dalam berbagai perusahaan, khususnya bagi perusahaan perasuransian syariah dalam menciptakan dan memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini karena tidak bisa dipungkiri bahwa mengingat di era globalisasi sekarang ini dikenal dengan situasinya yang penuh dengan persaingan. Sebagaimana dikemukakan oleh Kasmawati bahwa terobosan paling menggairahkan dari era globalisasi saat ini bukan karena teknologi, melainkan karena konsep yang luas tentang apa artinya manusia itu. Dimana sumber daya manusia mampu memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, yang mampu memberikan keunggulan-keunggulan kepada perusahaan dalam waktu yang relatif lama.<sup>11</sup> Pengembangan kualitas SDM bukan suatu persoalan yang gampang dan sederhana, karena membutuhkan pemahaman yang mendalam dan luas pada tingkat pembentukan konsep dasar tentang manusia serta perhitungan yang matang dalam penyiapan institusi dan pembiayaan. Selain itu, sumber keunggulan kompetitif yang melekat pada SDM tidak mudah ditiru oleh pesaing, bersifat khusus dan berdaya guna.<sup>12</sup>

Selain kepemilikan dan pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, pengembangan produk pada asuransi syariah juga merupakan hal yang perlu dilakukan. Hal ini karena perubahan teknologi yang cepat serta globalisasi pasar saat ini menuntut para eksekutif untuk terus berfokus pada

---

<sup>11</sup> Kasmawati, "Sumber Daya Manusia Sebagai Sumber Keunggulan Kompetitif", *Jurnal Idaarah*, Vol 2 No. 2 (Desember 2018), h. 240

<sup>12</sup> Najmatun Nahdah, "Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus di Pondok Pesantren Hidayatullah Balikpapan)" (Tesis Program Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2017), h. 2



pengembangan produk agar dapat berinovasi sesuai kebutuhan masyarakat dan bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya. Dimana inovasi produk merupakan cara meningkatkan nilai sebagai sebuah komponen kesuksesan sebuah operasi bisnis yang dapat membawa perusahaan memiliki keunggulan kompetitif dan menjadi pemimpin pasar. Produk yang inovatif diyakini mampu meraih pangsa pasar yang lebih baik dibanding dengan produk tanpa inovasi atau pembauran produk. Melalui inovasi produk yang efektif dan efisien dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan.<sup>13</sup>

Secara keseluruhan, pengembangan sumber daya manusia dan produk merupakan mesin inti bagi pertumbuhan perusahaan yang menuntut perusahaan agar piawai dalam mengelolanya. Hal ini dikarenakan pertumbuhan dan perkembangan lembaga keuangan syariah saat ini masih belum dibarengi dengan kualitas SDM berbasis syariah yang memadai serta produk-produk inovatif unggulan dibanding dengan lembaga keuangan konvensional. Sebagaimana perubahan pasar yang cepat sesuai perkembangan dan kondisi persaingan yang tidak lagi mudah bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia, khususnya lembaga asuransi syariah dituntut juga bergerak lebih cepat guna menyediakan kebutuhan sesuai keinginan masyarakat dan memuaskan konsumen.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Hery Prasetya, Edi Rahardja, Retno Hidayati, "Membangun Keunggulan Kompetitif Melalui Aliansi Stratejik Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Pada PT. Pos Indonesia Wilayah VI Jateng dan DIY)", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol 4 No. 2 (Juli 2007), h. 10

<sup>14</sup> Arif Hidayat, "Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing" (Skripsi Program Sarjana Ilmu Muamalat Konsentrasi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), h. 3

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin didirikan pada tahun 2009 yang kantor pusatnya terletak di Jl. Sultan Agung No.12 Kec. Setiabudi Kota Jakarta Selatan dan memiliki kantor cabang pemasaran dikota Surabaya, Bandung, Palembang, Makasar, Banjarmasin, Medan, Pekanbaru, Samarinda, Pontianak, Padang, Mataram, Lampung.<sup>15</sup> PT asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Bandar Lampung terletak di Office Park Way halim, Jl. Sultan Agung No.20 Way Halim Kota Bandar Lampung. Perusahaan asuransi syariah ini merupakan perusahaan asuransi jiwa murni syariah yang menaruh perhatian bagi perkembangan perasuransian di Indonesia khususnya perkembangan dan kebutuhan masyarakat untuk dapat bermuamalah berdasarkan syariah Islam. Pemilihan nama perusahaan didasarkan atas pertimbangan dan pengetahuan perusahaan mengenai karakteristik industri perasuransian sebagai “*bisnis kepercayaan*”. Komitmen perusahaan untuk memenuhi perjanjian perlindungan asuransi syariah kepada peserta yang diasuransikan dan/atau pemegang polis telah menjadi filosofi perusahaan untuk berpegang teguh kepada prinsip-prinsip syariah islam dan prinsip-prinsip asuransi terutama prinsip *utmost good faith*, dengan komitmen perusahaan yang dilandasi dengan itikad baik untuk menjalankan fungsinya dan kegiatan usaha secara sehat sesuai dengan ketentuan yang berlaku telah menjadi konsep dasar yang melatar belakangi nama perusahaan yaitu “*AL-AMIN*” yang berarti “*Terpercaya*”, dengan menggunakan nama yang baik tersebut perusahaan asuransi wajib memberi pelayanan dan produk-produk yang baik untuk para

---

<sup>15</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 30 Januari 2019

calon *claim* atau nasabah asuransi syariah agar tertarik untuk memilih produk asuransi syariah dan mampu bersaing dengan lembaga-lembaga asuransi lainnya.<sup>16</sup>

Menurut data Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) pertumbuhan aset dan kontribusi bruto asuransi jiwa syariah di Indonesia terus mengalami peningkatan. Namun, dalam hal ini pertumbuhan aset dan kontribusi bruto pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan perusahaan asuransi jiwa syariah lainnya. Hal ini dapat terlihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Persentase Aset dan Kontribusi Bruto PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Tahun 2017**

No	Perusahaan Asuransi	Persentase Aset	Persentase Kontribusi Bruto
1	AIA Financial	37,69%	16,55%
2	Prudential	22,05%	47,96%
3	Bumiputera	6,65%	10,3%
4	Takaful Keluarga	7,77%	3,89%
5	Allianz Life	4,80%	9,87%
6	Al Amin	3,56%	10,45%

*Sumber: Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia*

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat dilihat bahwa persentase aset PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin masih berada pada peringkat ke 6, dimana dari total aset asuransi jiwa syariah di Indonesia, jumlah aset asuransi Al Amin yaitu hanya sebesar 3,56%. Jumlah ini masih jauh jika dibanding dengan total

<sup>16</sup>“Profil Asuransi Jiwa Syariah Al Amin” (On-line) Tersedia di: <http://www.aaji.or.id/Perusahaan/asuransi-jiwa-syariah-al---amin> (31 Januari 2019)

aset yang dimiliki oleh asuransi jiwa syariah seperti AIA Financial, Prudential, Bumiputera, Takaful keluarga dan Allianz Life.<sup>17</sup>

Disisi lain jika dilihat dari persentase kontribusi bruto asuransi jiwa syariah, perusahaan asuransi Jiwa Syariah Al Amin juga masih berada dibawah perusahaan asuransi jiwa unit usaha syariah seperti Prudential dan AIA *Financial*. Dimana dari total kontribusi bruto asuransi jiwa syariah di Indonesia, persentase kontribusi bruto asuransi jiwa syariah Al Amin sebesar 10,45%, sedangkan untuk asuransi jiwa Prudential dan AIA Financial masing-masing sebesar 47,96% dan 16,55%. Selain itu, pendapatan premi perusahaan juga mengalami ketidakstabilan atau fluktuatif sejak tahun 2012 hingga tahun 2017, sehingga dapat menekan kinerja profitabilitas dan pangsa pasar perusahaan kedepannya.<sup>18</sup> Hal ini terlihat dari pendapatan premi pada PT suransi Jiwa Syariah Al Amin yang masih mengalami fase naik turun, seperti terlihat pada grafik berikut:

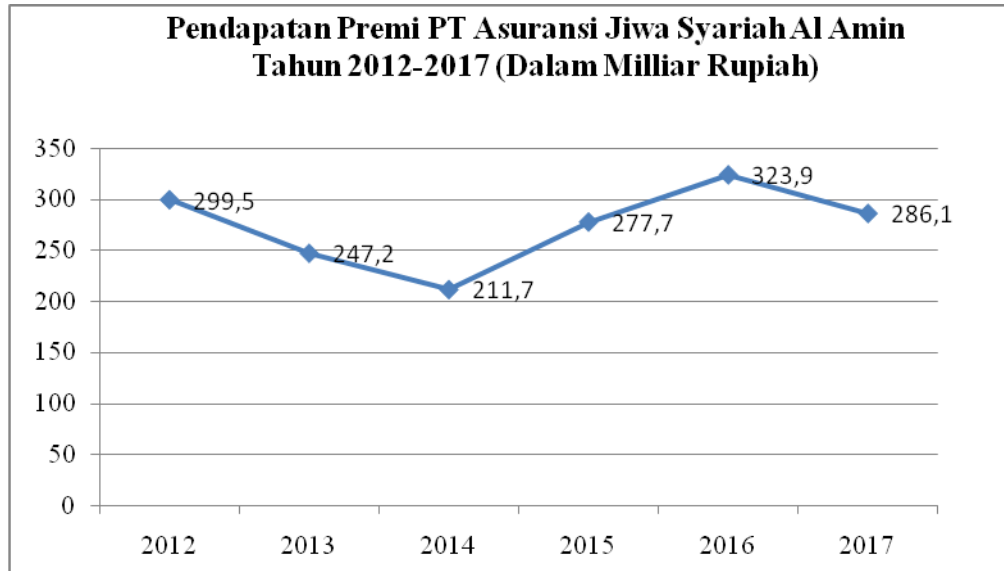
---

<sup>17</sup> Website Resmi Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia, [www.aasi.or.id](http://www.aasi.or.id)

<sup>18</sup> Website Resmi Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, [www.alamin.co.id](http://www.alamin.co.id)



**Gambar 1.1**  
**Pendapatan Premi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin**



*Sumber: laporan Keuangan PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin*

Dilihat dari grafik di atas menunjukkan bahwa pendapatan premi yang diperoleh PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin terus mengalami fluktuatif sejak tahun 2012-2017. Dimana terjadi ketidakstabilan dengan naik turunnya pendapatan yang menunjukkan bahwa dalam pengelolaannya diperlukan perbaikan-perbaikan dan pengembangan baik dari sisi SDM maupun produk yang ditawarkan. Agar dapat terus unggul dan bersaing dengan asuransi konvensional dan perusahaan asuransi syariah lainnya, maka perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Al Amin harus terus mengembangkan pelayanan dan produk-produk yang inovatif agar nasabah dan calon nasabah terus bertahan menggunakan jasa atau tetap memutuskan menggunakan jasa asuransi tersebut. Pengembangan pelayanan dalam hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan-pengembangan SDM yang ada dalam asuransi syariah.

Begitupun dengan produk baru harus terus dikeluarkan sesuai kebutuhan masyarakat agar asuransi syariah tetap dapat bersaing dan meningkatkan keunggulan kompetitif. Dalam hal ini konsep islam yang menjelaskan diperbolehkannya bersaing secara kompetitif dalam dunia bisnis terdapat dalam surah Al-Baqarah: 148

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ يَآتِ بِكُمْ ۗ اللهُ جَمِيْعًا ۗ اِنَّ ۤاللهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ ﴿١٤٨﴾

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. di mana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S. Al-Baqarah:148)

Untuk itu, berdasarkan uraian-uraian di atas maka perlu diteliti lebih dalam mengenai staretegi yang tepat dalam meningkatkan keunggulan kompetitif khususnya pada lembaga asuransi syariah. Sehingga penulis akan menelitinya dalam sebuah skripsi yang berjudul “**Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)**”.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian kali ini penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung ?
2. Bagaimanakah strategi pengembangan produk asuransi jiwa syariah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk asuransi jiwa syariah dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perasuransian syariah sebagai bagian dari ekonomi islam.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan Asuransi

Untuk bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Bandar Lampung dalam pengembangan SDM dan mengembangkan produk-produk inovatif sesuai kebutuhan masyarakat.

### b. Bagi Penulis

Tulisan ini memberikan manfaat bagi penulis berupa pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai lembaga asuransi syariah khususnya strategi pengembangan SDM dan produk asuransi syariah serta memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah.

### c. Bagi Akademisi

Menambah khasanah pengetahuan dalam strategi pengembangan SDM dan produk asuransi syariah pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Bandar Lampung serta sebagai masukan bagi penelitian dengan topik yang sama pada penelitian akan datang.

## **G. Metode Penelitian**

Metode adalah suatu cara atau teknis yang dilakukan dalam proses penelitian. Sedangkan penelitian itu sendiri diartikan sebagai upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan

prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.<sup>19</sup>

## 1. Sifat dan Jenis Penelitian

### a. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode yang dilakukan berdasarkan pada fenomena yang terjadi. Fenomena dapat berasal dari dunia nyata (praktik) maupun kesenjangan teori *research gap*. Fenomena tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam merumuskan masalah penelitian dan membuat pertanyaan penelitian.<sup>20</sup> Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.<sup>21</sup> Deskriptif penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan SDM dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung.

### b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah metode untuk menemukan

---

<sup>19</sup> Mardallis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.24

<sup>20</sup> Rully Indrawan, Poppy Yuniarti, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran* (Bandung: Refika Aditama, 2014), h. 68

<sup>21</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h. 43



secara spesifik dan realis tentang apa yang sedang terjadi pada suatu keadaan ditengah-tengah kehidupan masyarakat.<sup>22</sup>

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat data-data yang ada di lapangan mengenai hal-hal yang diteliti dan lokasi penelitian adalah kantor PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data, yaitu:

### a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang berasal dari pihak yang bersangkutan atau langsung diperoleh dari responden, yaitu pihak usaha dan aparat pemerintah.<sup>23</sup> Pengambilan data primer pada penelitian ini yaitu data diperoleh dan dikumpulkan langsung dari informasi pimpinan cabang dan karyawan di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.

### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibid. Metode Penelitian*, h. 28

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 117

<sup>24</sup> *Ibid.*

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan metode sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Wawancara (*interview*) ialah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendaparkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber (informasi atau informasi kecil) untuk mendapat informasi yang mendalam.<sup>25</sup>

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara terbuka, yaitu wawancara yang dilakukan peneliti dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang tidak dibatasi jawabannya dengan pimpinan cabang, karyawan, maupun anggota Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah upaya untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis/gambar yang tersimpan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Dokumen merupakan fakta dan data yang tersimpan dalam berbagai bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data berbentuk surat-surat, laporan, perturan, catatan harian, biografi, simbol, artefak, foto, sketsa, dan data lainnya yang tersimpan.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> *Ibid. Metodologi Penelitian*, h. 136

<sup>26</sup> *Ibid.* h. 139

### c. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Lebih luas lagi, observasi ialah suatu pengamatan penelitian yang berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>27</sup>

Observasi dilaksanakan dengan cara peneliti melibatkan diri pada kegiatan yang dilakukan oleh subjek. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi secara langsung dengan turun ke lapangan untuk melihat dan mengetahui strategi pengembangan SDM dan produk asuransi syariah.

## 4. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang dimaksud populasi adalah seluruh karyawan staf dari PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dengan jumlah karyawan sebanyak 9 orang.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan penelitian tidak mungkin

---

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h.203

mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Dengan menggunakan sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Maka dalam penelitian ini sampel yang akan diambil adalah seluruh karyawan dari jumlah populasi.

Selain itu, pada penelitian ini sampel juga diambil dari peserta asuransi dari PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang terdaftar sebagai peserta asuransi individu. Dalam hal ini jumlah peserta asuransi yang terdaftar sebagai peserta asuransi individu yaitu sebanyak 110 orang dari total jumlah peserta sebanyak 2.500 orang. Oleh sebab itu, berdasarkan penentuan jumlah sampel dan *sampling* penelitian menurut Arikunto yang mengatakan bahwa jika populasi kurang dari 100 maka sampel adalah dari jumlah populasi, namun jika populasi lebih dari 100 maka sampel yang diambil antara 10%-15% atau 20%-25%. Maka dalam penelitian ini sampel nasabah yang diambil sebanyak 10% dari populasi peserta asuransi individu yaitu 11 orang.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 300

## 5. Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan melalui tahap di atas, penelitian dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu mengoreksi apakah data yang terkumpul sudah cukup lengkap, benar, dan sudah atau relevan dengan masalah.
- b. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.
- c. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan jawaban dari rumusan masalah.<sup>29</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun dan mencari secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>30</sup>

Untuk kepentingan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif. Dalam konsepsi peneliti deskriptif kualitatif,

<sup>29</sup> *Ibid. Metodologi Penelitian*, h. 152

<sup>30</sup> *Ibid. Metode Penelitian Pendidikan*, h.335



peneliti berusaha memotret peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatiannya kemudian digambarkan atau dilukiskan apa adanya.

Kemudian dari semua data yang terkumpul diolah secara sistematis dengan menggunakan pola berfikir deduktif, yaitu pola berfikir yang berangkat dari pengetahuan yang sifatnya umum dan bertitik tolak pada pengetahuan yang umum hendak menilai kejadian yang khusus.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. *Grand Theory*

##### 1. Teori Pengembangan SDM

Teori pengembangan sumber daya manusia yang digunakan peneliti dalam penulisan ini yaitu teori yang dikemukakan Veitzhal Rivai yang menjelaskan bahwa untuk mencapai tujuan dari program pengembangan dan pelatihan maka metode pengembangan harus dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan karyawan perusahaan dan dapat dikembangkan oleh perusahaan. Dimana untuk mencapai program pengembangan SDM pada perusahaan digunakan dua metode yaitu melalui metode pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dalam arti sempit yaitu untuk meningkatkan keahlian dan kecakapan manajer memimpin para bawahannya secara efektif. Sedangkan pelatihan adalah metode yang digunakan untuk memberikan karyawan baru atau yang ada saat ini dengan keterampilan yang mereka butuhkan untuk melakukan pekerjaan.<sup>31</sup>

##### 2. Teori Pengembangan Produk

Teori utama (*grand theory*) yang dijadikan dasar penemiti melakukan analisis dalam pengembangan produk yaitu teori pengembangan produk Philip Kotler. Menurut Philip kotler “pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang

---

<sup>31</sup> Veitzhal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 226

dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan”. Dalam teorinya Philip Kotler menyatakan bahwa perusahaan dapat memperoleh produk baru dengan dua cara. Pertama, melalui mengakuisisi dengan membeli seluruh perusahaan, sebuah hak paten, atau mengambil lisensi dari produk orang lain. Kedua, melalui pengembangan produk baru dalam departemen riset dan pengembangan perusahaan.

### 3. Teori Keunggulan Kompetitif

Dalam penelitian ini teori utama (*grand theory*) yang digunakan oleh peneliti adalah teori keunggulan kompetitif Michael Porter. Dalam teorinya porter menyatakan bahwa “keunggulan kompetitif adalah jantung dari kinerja perusahaan dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan kompetitif adalah tentang bagaimana sebuah perusahaan benar-benar menempatkan strategi-strategi generik”. Menurut Porter perusahaan dapat menjadi kompetitif melalui inovasi yang meliputi teknik proses produksi dan kualitas produk, kualitas, serta kepemimpinan biaya. Selanjutnya Porter mengajukan Diamond Model yang terdiri dari 4 faktor yang menentukan *Competitive Advantage* atau keunggulan kompetitif. Keempat faktor tersebut adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 75

- a. *Factor Conditions*, mengacu pada input yang digunakan sebagai faktor produksi meliputi sumber daya manusia (tenaga kerja), sumber daya alam, modal dan infrastruktur.
- b. *Demand Condition*, mengacu pada tersedianya pasar domestik yang siap berperan menjadi elemen penting menghasilkan daya saing.
- c. *Related and supporting industries*, mengacu pada tersedianya serangkaian dan keterkaitan kuat antara industri pendukung dan perusahaan.
- d. *Firm strategy, structure and rivalry*, mengacu pada strategi dan struktur yang ada pada sebagian besar perusahaan dan intensitas persaingan pada industri tertentu. Faktor industri terdiri dari dua aspek yaitu pasra modal dan pilihan karir individu. Pasar modal mempengaruhi strategi perusahaan, sedang individu seringkali membuat keputusan karir berdasarkan peluang dan prestise.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Tinjauan Umum Tentang Strategi Pengembangan SDM**

#### **a. Pengertian Strategi**

Strategi menempatkan parameter-parameter sebuah organisasi dalam pengertian menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya:<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h.338

Pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri. Menurut Kenneth R. Andrews, strategi adalah suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan. Selain itu, strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>34</sup>

Di dalam perusahaan ada dua tingkatan strategi, yaitu strategi perusahaan secara keseluruhan dan strategi unit bisnis. Strategi tingkat keseluruhan (korporasi) menyangkut masalah dalam bisnis apa perusahaan berada dan apa bisnis utama (*core business*) perusahaan. Sedangkan strategi tingkat unit bisnis menyangkut masalah apa misi unit bisnis dan keunggulan kompetitif apa yang diandalkan dalam menjalankan misi tersebut. Opsi strategi umum yang diterapkan adalah salah satu dari strategi berikut:<sup>35</sup>

- 1) Dibangun (*build*), yaitu yang bertujuan untuk meningkatkan *market share* perusahaan.
- 2) Dipertahankan (*hold*), yaitu strategi mempertahankan *market share* unit bisnis dan posisi persaingan.

---

<sup>34</sup> *Ibid*, h. 339

<sup>35</sup> *Ibid*, 341



- 3) Dipanen (*harvest*), yaitu strategi yang bertujuan untuk memaksimalkan pendapatan dan aliran kas jangka pendek.
- 4) Dilepas (*divest*), yaitu mengindikasikan suatu misi yang memutuskan untuk menarik diri dari bisnis melalui proses likuidasi atau dijual.

#### **b. Definisi Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Pengembangan berbeda dari pelatihan, karena sering kali hal ini merupakan hasil dari pengalaman dan kematangan yang menyertainya. Adalah mungkin melatih kebanyakan orang bagaimana menjalankan meteran pos, mengemudi truk, mengoperasikan komputer, atau memasang radio. Namun demikian, pengembangan dalam area-area seperti pertimbangan, tanggung jawab, pembuat keputusan dan komunikasi adalah lebih sulit, karena faktor-faktor tersebut bisa saja berkembang atau tidak berkembang sejalan dengan waktu, baik melalui pengalaman hidup, atau sebagian dari sebuah program yang terencana. Disaat para menajaer mungkin membutuhkan beragam pengalaman untuk memperkaya pengembangan mereka, sebuah sistem terencana dari pengalaman pengembangan bagi seluruh karyawan dapat membantu memperluas seluruh tingkat kemampuan yang ada di dalam organisasi.<sup>36</sup>

Gouzali mendefinisikan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*) dan keterampilan (*skil*) mereka sesuai dengan tujuan pekerjaan yang mereka lakukan. Dengan

---

<sup>36</sup> Robert L. Mathis, John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 43

kegiatan pengembangan ini, maka diharapkan dapat memperbaiki dan mengatasi kekurangan dalam melaksanakan pekerjaan lebih baik, sesuai dengan perkembangan ilmu teknologi yang digunakan oleh organisasi.<sup>37</sup>

Selanjutnya Heidjrachman, mengemukakan bahwa pengembangan karyawan sering diartikan dengan usaha-usaha untuk meningkatkan keterampilan maupun pengetahuan umum bagi karyawan agar pelaksanaan pencapaian tujuan lebih efisien.<sup>38</sup>

Dari dua pendapat yang telah dipaparkan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan sumber daya manusia merupakan proses meningkatkan kompetensi karyawan untuk kebutuhan organisasi dimasa yang akan datang sebagai langkah pencapaian tujuan organisasi.

Berikut ini adalah perbedaan antara pelatihan dan pengembangan:<sup>39</sup>

- 1) Fokus pada pelatihan yaitu mempelajari tingkah laku dan tindakan yang spesifik, menampilkan teknik-teknik dan proses-proses. Sedangkan fokus pada pengembangan yaitu memahami konsep dan konteks informasi, membentuk penilaian, mengembangkan kapasitas di dalam penugasan.
- 2) Jangka waktu untuk pelatihan memiliki periode lebih pendek. Sedangkan untuk pengembangan memiliki periode lebih panjang.
- 3) Pengukuran efektivitas pada pelatihan meliputi penilaian kinerja, analisis biaya/keuntungan, tes kelulusan, dan sertifikasi. Sedangkan pada pengembangan orang-orang yang memenuhi kualifikasi selalu

---

<sup>37</sup> M. Kadarisman, *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, h. 5

<sup>38</sup> *Ibid*

<sup>39</sup> *Ibid. Manajemen Pengembangan*, h. 45

tersedia setiap dibutuhkan; promosi dari dalam dimungkinkan, keuntungan kompetitif berdasarkan Sumber Daya Manusia.

### c. Perubahan dalam Pengembangan Karier

Mengembangkan sumber daya manusia di dalam organisasi dapat membantu menyediakan dukungan kelebihan kompetisi sejauh tiga tuntutan dasar ini terpenuhi:<sup>40</sup>

- 1) Tenaga kerja yang berkembang menghasilkan nilai ekonomis yang lebih positif bagi organisasi dibandingkan dengan tenaga kerja yang tidak dikembangkan.
- 2) Kemampuan dari tenaga kerja memberikan kelebihan dibandingkan para kompetitor.
- 3) Kemampuan tersebut tidak mudah diduplikasi oleh kompetitor.

Pada beberapa tingkat, pengusaha menghadapi pilihan “membuat atau membeli”. Mengembangkan sumber daya manusia yang kompetitif atau membeli mereka yang sudah dikembangkan ditempat lain. Tren yang terkini menunjukkan bahwa orang-orang teknis dan profesional umumnya dipekerjakan berdasarkan jumlah pengembangan keterampilan yang telah mereka capai, bukannya berdasarkan kemampuan untuk belajar atau ciri perilaku mereka. Oleh karenanya, terlihat ada kecenderungan untuk membeli daripada membuat karyawan yang langka di pasar tenaga kerja saat ini. Meskipun demikian, membeli daripada membangun kapasitas karyawan tidak memberikan kontribusi kepada

---

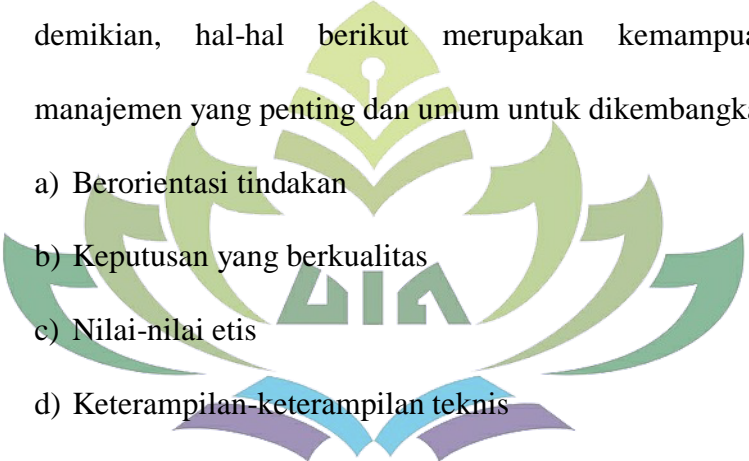
<sup>40</sup>Robert L. Mathis, John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku 2* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), h. 45

tiga tuntutan dasar dalam memperoleh kelebihan kompetitif melalui sumber daya manusia.

Dalam perubahan pengembangan karier, metode yang dapat ditempuh diantaranya:<sup>41</sup>

1) Mengembangkan kemampuan

Jenis pengembangan yang mungkin dibutuhkan oleh individu yang menerimanya untuk mengembangkan kemampuan dirinya tergantung pada orang tersebut maupun kemampuan yang diperlukan. Meskipun demikian, hal-hal berikut merupakan kemampuan-kemampuan manajemen yang penting dan umum untuk dikembangkan:

- 
- a) Berorientasi tindakan
  - b) Keputusan yang berkualitas
  - c) Nilai-nilai etis
  - d) Keterampilan-keterampilan teknis

Mengembangkan kemampuan menuntut pengukuran kemampuan terbaru dari seseorang, mengkomunikasikan kemampuan ini kepada orang tersebut, dan pengalaman atau pendidikan yang direncanakan untuk memenuhi tujuan pengembangan. Saat organisasi bertanggung jawab sendirian untuk kemampuan-kemampuan yang dibangun, penelitian menunjukkan bahwa karyawan yang lebih tua, karyawan dengan masa kerja lebih lama, karyawan di tingkat yang lebih rendah,

---

<sup>41</sup> *Ibid*, h. 46

wanita dan karyawan berpendidikan lebih rendah, menerima lebih sedikit pengembangan dibandingkan para manajer.

## 2) Belajar Seumur Hidup

Belajar dan pengembangan tidak terjadi hanya sekali dalam hidup seseorang. Belajar dan pengembangan seumur hidup lebih sering terjadi. Bagi profesional, proses belajar seumur hidup dapat berarti tuntutan untuk pendidikan yang berkelanjutan untuk tetap mendapatkan sertifikat. Sebagai contoh, para pengacara, guru, dan dokter gigi memiliki syarat pendidikan yang terus-menerus di sebagian besar negara bagian untuk mempertahankan izin praktik mereka. Untuk karyawan yang “semi terampil”, belajar dan pengembangan dapat melibatkan pelatihan untuk mengembangkan keterampilan yang sudah dimiliki dan mempersiapkan untuk pekerjaan yang berbeda atau promosi.

Pengusahan bisa saja membantu dengan beberapa pengembangan seumur hidup yang dirasakan perlu, khususnya yang dilakukan melalui program-program dalam pekerjaan, atau dengan membayar penggantian biaya kursus di bawah kondisi-kondisi tertentu. Akan tetapi, banyak proses belajar seumur hidup ini bersifat sukarela, mengambil tempat diluar pekerjaan atau jam kerja. proses belajarnya mungkin saja tidak memiliki relevansi langsung dengan pekerjaan seseorang saat itu, tetapi bisa saja menambah keyakinan diri, ide-ide,



atau antusiasme. Tentu saja banyak pengembangan yang bernilai yang muncul di luar kursus dan pekerjaan.

#### **d. Proses Pengembangan Sumber Daya Manusia**

Pengembangan harus dimulai dengan rencana Sumber Daya Manusia di dalam organisasi. Perencanaan demikian berkaitan dengan analisis, ramalan, identifikasi dari kebutuhan organisasi akan sumber daya manusianya. Juga perencanaan sumber daya manusia memungkinkan adanya antisipasi terhadap perpindahan orang-orang di dalam organisasi sehubungan dengan pensiun, promosi, dan mutasi. Hal ini membantu mengidentifikasi kemampuan-kemampuan yang akan dibutuhkan oleh organisasi di masa mendatang dan pengembangan yang diperlukan untuk mendapatkan segera orang-orang dengan kemampuan-kemampuan yang dibutuhkan. Berikut adalah proses pengembangan sumber daya manusia di dalam organisasi.<sup>42</sup>

- 1) Perencanaan sumber daya manusia
- 2) Kemampuan dan kapasitas yang diperlukan untuk menjalankan rencana tersebut.
- 3) Perencanaan suksesi
- 4) Penilaian kebutuhan pengembangan.
- 5) Perencanaan pengembangan organisasi dan individual
- 6) Pendekatan pengembangan ditempat kerja dan di luar tempat kerja
- 7) Evaluasi keberhasilan pengembangan

---

<sup>42</sup> *Ibid*, h. 48

### e. Metode Pelatihan dan Pengembangan SDM

Metode yang dipilih hendak disesuaikan dengan jenis pelatihan yang akan dilaksanakan dan yang dapat dikembangkan oleh perusahaan. Berikut adalah strategi yang digunakan perusahaan dalam melakukan pelatihan dan pengembangan SDM:<sup>43</sup>

- 1) *On the job training*. OT adalah suatu pelatihan dengan instruksi pekerjaan sebagai suatu metode pelatihan dengan cara pekerja atau calon pkerja ditempatkan dalam kondisi pekerjaan yang riil, di bawah bimbingan dan supervisi dari pegawai yang telah berpengalaman atau seorang supervisor.
- 2) Rotasi. Untuk pelatihan silang bagi karyawan agar mendapatkan variasi kerja, para pengajar memindahkan para peserta dari tempat kerja yang satu ke tempat kerja yang lain. Disamping memberikan variasi kerja bagi karyawan, pelatihan silang turut membantu perusahaan ketika ada karyawan yang cuti, tidak hadir, perampangan atau terjadi pengunduran diri.
- 3) Magang. Magang melibatkan pembelajaran dari pekerja yang lebih berpengalaman, dan dapat ditambah pada teknik off the job training. Melalui pertemuan berkala atau bekerja dengan gugus tugas dan komite, seorang manajer mengembangkan keterampilan interpersonal, belajar nilai informasi dan mengumpulkan pengalaman dalam mengamati model-model potensial.

---

<sup>43</sup> Veitzhal Rivai, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 226-233

- 4) Ceramah kelas atau presentasi video. Ceramah adalah pendekatan terkenal karena menawarkan sisi ekonomis dan material organisasi, tetapi partisipasi, umpan balik, transfer dan repetisi sangat rendah. Umpan balik dan partisipasi dapat meningkat dengan adanya diskusi selama ceramah.
- 5) Pelatihan *vestibule*. Agar pembelajaran tidak mengganggu operasional rutin, beberapa perusahaan menggunakan pelatihan *vestibule*. Wilayah atau *vestibule* terpisah dibuat dengan peralatan yang sama dengan yang digunakan dalam pekerjaan.
- 6) Permainan peran dan model perilaku. Permainan peran adalah alat yang mendorong peserta untuk membayangkan identitas lain.
- 7) *Case study*. Metode kasus adalah metode yang menggunakan deskripsi tertulis dari suatu permasalahan riil yang dihadapi oleh perusahaan atau perusahaan lain.
- 8) Simulasi. Permainan simulasi dapat dibagi menjadi dua macam. *Pertama*, simulasi yang melibatkan simulator yang bersifat mekanik (mesin) yang mengandalkan aspek-aspek utama dalam suatu situasi kerja. *kedua*, simulasi komputer. Untuk tujuan pelatihan dan pengembangan metode ini sering berupa game atau permainan.
- 9) Belajar mandiri dan proses belajar terprogram. Teknik belajar mandiri berkisar pada cara manual sampai kaset rekaman atau video. Bahan-bahan pembelajaran terprogram adalah bentuk lain dari belajar

mandiri biasanya terdapat program komputer atau cetakan booklet yang berisi tentang pertanyaan dan jawaban.

- 10) Praktik laboratorium. Pelatihan di laboratorium dirancang untuk meningkatkan keterampilan interpersonal. Juga dapat digunakan untuk membangun perilaku yang diinginkan untuk tanggung jawab pekerjaan di masa depan.
- 11) Pelatihan tindakan. Pelatihan ini terjadi dalam kelompok kecil yang berusaha mencari solusi masalah nyata yang dihadapi oleh perusahaan, dibantu oleh fasilitator.
- 12) *Role playing*. Adalah metode pelatihan yang merupakan perpaduan antara metode kasus dan program pengembangan sikap.
- 13) *In-basket technique*. Melalui metod e ini peserta diberikan materi yang berisikan berbagai informasi. Hal-hal penting dan mendesak seperti posisi perseidaan yang menipis, komplain dari pelanggan, permintaan laporan dari atasan, digabung dengan kegiatan bisnis rutin. Selanjutnya peserta mengambil keputusan dan tindakan serta dianalisis sesuai dengan derajat pentingnya tindakan, pengalokasian waktu, kualitas keputusan dan prioritas pengambilan keputusan.
- 14) *Management games*. Menekankan pada pengembangan kemampuan *problem-solving*.
- 15) *Behavior modeling*. Sifat dasar dari modeling adalah bahwa suatu proses belajar itu terjadi, bukan melalui pengalaman aktual, melainkan

melainkan melalui observasi atau berimajinasi dari pengalaman yang lain.

- 16) *Outdoor oriented programs*. Program ini biasanya dilakukan di wilayah terpencil dengan melakukan kombinasi antara kemampuan di luar kantor dengan kemampuan di luar kelas

#### **f. SDM Berbasis Syariah**

Dalam perspektif ekonomi syariah, kesadaran bahwa manusia merupakan makhluk (Q.s *al-'Alaq*/96:1-5) yang diciptakan sebagai “hamba” yang semata-mata mengabdikan diri kepada Allah Swt. (Q.s. *al-Z}âriat*/51:52), dan dalam waktu yang sama juga sebagai “khalifah” (Q.s *al-Baqarah*/2:30) yang mendapat amanah untuk mengelola bumi, meraih keselamatan dan kemaslahatan dunia dan akhirat (*al-masâlih fi al-dârain*) adalah keyakinan yang melandasi semua perilaku dan aktifitas manusia.<sup>44</sup>

Sumber daya manusia berbasis syariah yang handal pada hakikatnya harus diletakkan di atas fondasi kesadaran spritual (hamba Allah) dan rasional (khalifah Allah). Tidak ada pertentangan antara kesadaran spiritual dengan kesadaran rasional dalam ekonomi syariah. Sebagai hamba Allah, manusia menjadi makhluk yang ta'at yang senantiasa melaksanakan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, dan sebagai

---

<sup>44</sup> Amiur Nuruddin, “SDM Berbasis Syariah” *Jurnal Tsaqafah*, Vol. 6 No. 1 ( April 2010), h. 35

khalifah Allah, manusia menjadi makhluk yang sukses dan berhasil melalui dukungan ilmu pengetahuan.<sup>45</sup>

Dalam menyiapkan SDM yang handal dan berkompeten, penguasaan aspek keilmuan yang berkaitan dengan pengelolaan lembaga keuangan dan perbankan mutlak diperlukan. Ada standar yang harus digunakan untuk dijadikan sebagai acuan. Standar itu sudah tentu berhubungan dengan tugas dan wewenang yang akan dipertanggungjawabkan. Tinggi-rendahnya pengetahuan, kesanggupan dan keterampilan ditentukan oleh seberapa besar tanggung jawab yang akan diberikan. Segala sesuatu yang berhubungan dengan manajemen SDM suatu perusahaan pada umumnya berlaku secara universal.<sup>46</sup>

Dalam mempersiapkan SDM berbasis syariah, di samping adanya persyaratan keilmuan dan keterampilan yang berlaku secara umum, terdapat lagi persyaratan khusus yang sangat menentukan. Sesuai dengan kerangka filosofis ekonomi syariah seperti yang telah diuraikan pada bagian awal, perusahaan yang berbasis syariah sejatinya harus dikelola dengan hati. Dalam buku “*Marketing Syariah*” karya Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, ditegaskan bahwa dalam mengelola bisnis syariah perlu dilakukan dengan hati (*al-qalb*). Tawaran ini nampaknya dapat dipertimbangkan selanjutnya dijadikan acuan dalam menyiapkan SDM yang handal sebagai pondasi berkembangnya ekonomi syariah. Penyiapan SDM ini sudah tentu akan

---

<sup>45</sup> *Ibid.* h. 36

<sup>46</sup> *Ibid.*



lebih efektif jika dilakukan melalui lembaga pendidikan di Perguruan Tinggi dan mungkin juga dengan pelatihan-pelatihan yang memadai.<sup>47</sup>

Untuk mengisi peluang SDM yang semakin dibutuhkan dalam mendukung pertumbuhan lembaga keuangan dan Perbankan Syariah, di samping yang sudah melaksanakan pendidikan ilmu ekonomi Islam, baik di lingkungan Perguruan Tinggi yang berada di bawah pengelolaan Kementerian Agama RI maupun swasta, dan berbagai pelatihan yang sudah ada, kebijakan Kementerian Pendidikan Nasional secara resmi sangat dibutuhkan. Program studi ekonomi Islam di fakultas-fakultas ekonomi sejatinya harus dirancang dengan memadukan semua unsur yang diperlukan, untuk mensinergikan ilmu ekonomi konvensional dengan ilmu ekonomi Islam. Langkah kongkret sinergi sangat ditunggu untuk memfinalkan kurikulum yang sudah dirancang sesuai dengan kebutuhan pasar.<sup>48</sup>

#### **g. Tantangan Pengembangan SDM**

Pengembangan SDM jangka panjang sebagai pemedas dari kegiatan pelatihan untuk pekerjaan tertentu telah menjadi perhatian dari pengembangan SDM. Melalui kegiatan pengembangan karyawan yang ada, pengembangan SDM berusaha mengurangi ketergantungan perusahaan terhadap pengangkatan karyawan baru. Jika karyawan dikembangkan secara tepat, lowongan formasi, melalui kegiatan perencanaan SDM akan dapat diisi secara internal. Pengembangan SDM

---

<sup>47</sup> *Ibid.* h. 37

<sup>48</sup> *Ibid.*

juga merupakan cara yang efektif untuk menghadapi beberapa tantangan diantaranya yaitu:<sup>49</sup>

#### 1) Keusangan Karyawan

Keusangan terjadi ketika seorang karyawan tidak lagi memiliki pengetahuan atau kemampuan yang diperlukan untuk bekerja secara baik. Keusangan dapat disebabkan oleh kegagalan karyawan untuk menyesuaikan diri dengan teknologi baru, prosedur baru, budaya baru, atasan baru dan perubahan lainnya. Ketika seorang karyawan mengalami *career plateu* (karir yang tidak dapat naik lagi), maka keusangan itu mungkin lebih sering terjadi. *Career plateu* terjadi ketika seorang karyawan bekerja cukup baik sehingga tidak dapat dilakukan pemecatan atau demosi, tetapi tidak cukup baik juga untuk dilakukan promosi. Untuk menanggulangi hal ini beberapa perusahaan menerapkan pendidikan berkelanjutan bagi para personil manajemen menengah ke atas untuk mengatasi masalah keusangan.<sup>50</sup>

#### 2) Difersifikasi Tenaga Kerja Domestik dan Internasional

*Trend* dan persaingan bisnis global dan diversifikasi tenaga kerja juga merupakan tantangan bagi pengembangan SDM. Perbedaan tingkat pendidikan diantara karyawan menuntut perusahaan untuk menyediakan pendidikan tambahan terutama dalam hal membaca, menulis, aritmatika dan berbagai bahasa pada beberapa perusahaan.

---

<sup>49</sup> Veitzhal Rivai, Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 236

<sup>50</sup> *Ibid.* h. 237

disini pengembangan SDM secara proaktif memperluas programnya untuk memasukkan pelatihan yang berbeda-beda.

### 3) Perubahan Teknologi

Perubahan yang serba cepat dalam teknologi mensyaratkan perusahaan yang berbasis teknik untuk selalu melakukan pengembangan terus menerus. Perubahan-perubahan ini mempunyai dampak besar dalam kegiatan pelatihan dan pengembangan, meningkatnya kebutuhan untuk menerima persyaratan-persyaratan yang terus berkembang dari para manajer, para profesional dan tenaga teknik.

### 4) Pengembangan EEO dan Tindakan Tegas (*Affirmative Action*)

Peraturan perundang-undangan hak-hak sipil melarang diskriminasi, kondisi atau hak istimewa dalam pekerjaan. Hasilnya adalah bahwa kegiatan dalam pelatihan dan pengembangan harus dilaksanakan tanpa melanggar kelompok-kelompok yang dilindungi. Program pelatihan dan pengembangan itu sendiri dapat menjadi diskriminasi bila ternyata tidak berhubungan dengan keberhasilan kerja.

### 5) *Turnover*-nya Kerja

*Turnover*, keinginan pekerja untuk berhenti dari perusahaan karena pindah ke lain perusahaan, menciptakan tantangan bagi pengembangan SDM. Karena tidak dapat diprediksi, aktivitas pengembangan harus mempersiapkan pencegahannya.

## 2. Tinjauan Umum pengembangan Produk

### a. Definisi Pengembangan Produk

Pengembangan produk dan inovasi merupakan sebuah hal penting yang dibutuhkan oleh perusahaan. Perusahaan menjalankan bisnis pasti dengan adanya pesaing di luar perusahaan. Maka dari itu proses ini penting agar perusahaan mempunyai produk yang berbeda dengan pesain dan memiliki keunggulan yang menonjol, sehingga membuat orang tertarik dengan produknya. Inovasi adalah perubahan pengetahuan yang sudah ada atau pengetahuan yang baru menjadi produk baru atau mengubah produk, proses, dan pelayanan yang bermaksud untuk membuat nilai yang baru kepada pelanggan dan memberikan peningkatan keuangan kepada pembuat inovasi.<sup>51</sup>

Pengembangan produk dalam konsep bisnis bersifat *continue* artinya suatu produk yang dihasilkan suatu perusahaan pasti terdapat kekurangan, karena itu perusahaan berusaha untuk terus menyempurnakan. Dengan penyempurnaan yang terus dilakukan perusahaan akan dapat mempertahankan loyalitas konsumen pada produk tersebut.

Adapun tujuan yang diharapkan dengan melakukan pengembangan produk oleh suatu perusahaan, antara lain:<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Wirawan Surya Wijaya, Ronny H. Mustamu, "Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya". *Jurnal Agora*, Vol. 1 No. 1 (2013), h. 1

<sup>52</sup> Irham Fahmi, *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 107.

- 1) Dapat mengembangkan suatu produk yang dapat bersaing dan memiliki nilai jual di pasar.
- 2) Perusahaan akan dianggap memiliki semangat inovasi produk yang tinggi oleh konsumen atau mitra bisnis.
- 3) Mampu mewujudkan keinginan atau kebutuhan konsumen sehingga dapat mengatasi kebosanan konsumen terhadap produk yang ditawarkan konsumen.

#### **b. Strategi Pengembangan Produk**

Perubahan yang cepat dalam selera pelanggan, teknologi, dan persaingan, perusahaan harus mengembangkan aliran yang stabil dari produk baru dan jasa baru. Perusahaan dapat memperoleh produk baru dengan dua cara. Pertama, melalui mengakuisisi dengan membeli seluruh perusahaan, sebuah hak paten, atau mengambil lisensi dari produk orang lain. Cara lain adalah melalui pengembangan produk baru dalam departemen riset dan pengembangan perusahaan. produk baru yang dimaksud sebagai produk orisinal adalah pengembangan produk, modifikasi produk, dan merk baru yang dikembangkan perusahaan melalui usaha riset dan pengembangan mereka sendiri.<sup>53</sup> Pengembangan produk baru membutuhkan lebih dari sekedar melewati beberapa tahapan. Perusahaan harus mengambil pendekatan yang menyeluruh untuk mengatur proses ini. pengembangan produk baru yang berhasil

---

<sup>53</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 309

perlu berpusat pada pelanggan, berdasarkan tim, dan usaha yang sistematis.<sup>54</sup>

1) Pengembangan produk yang berpusat pada pelanggan. Pengembangan ini berpusat atau fokus pada menemukan cara baru untuk memecahkan permasalahan pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pelanggan. Salah satu penemuan produk baru yang berhasil adalah yang mempunyai diferensiasi, memecahkan masalah utama pelanggan, dan menawarkan proposisi nilai pelanggan yang menarik. Pengembangan produk baru yang berpusat pada pelanggan dimulai dan diakhiri dengan memecahkan permasalahan pelanggan.<sup>55</sup>

2) Pengembangan produk baru berdasarkan tim. Pengembangan ini adalah sebuah pendekatan untuk mengembangkan produk baru dimana semua departemen bekerja sama secara erat, melewati beberapa tahapan dalam proses pengembangan produk baru untuk menghemat waktu dan meningkatkan efektivitas. Tim ini biasanya meliputi departemen pemasaran, keuangan, desain, produksi, dan hukum, bahkan pemasok dan perusahaan pelanggan. Perusahaan yang mengkombinasikan pendekatan yang berpusat pada pelanggan dan pengembangan produk baru berdasarkan tim mendapatkan keunggulan

---

<sup>54</sup> *Ibid.* h. 321

<sup>55</sup> *Ibid*



kompetitif besar dengan memperoleh produk baru yang tepat di pasar secara lebih cepat.<sup>56</sup>

- 3) Pengembangan produk baru yang sistematis. Proses pengembangan produk baru haruslah secara holistik dan sistematis daripada secara acak. Bila tidak, sedikit ide baru yang akan naik ke permukaan dan banyak ide bagus akan tenggelam dan mati. Untuk menghindari masalah ini perusahaan dapat memasang sistem manajemen inovasi untuk mengumpulkan, meninjau, mengevaluasi dan mengatur ide produk baru. Pendekatan sistem manajemen inovasi dapat memberikan dua hasil yang diinginkan. Pertama, pendekatan ini membantu menciptakan budaya perusahaan berorientasi inovasi. Kedua, pendekatan ini akan memberikan ide produk baru dalam jumlah banyak, beberapa diantaranya sangat istimewa.<sup>57</sup>

### c. Proses Pengembangan Produk

Perusahaan saat ini sudah semakin meningkat kesadarannya mengenai pentingnya proses pengembangan produk baru. Agar proses pengembangan produk baru tersebut dapat dijalankan dengan baik bagi perusahaan, maka ada delapan tahap dalam proses besar ini yang dikemukakan oleh Kotler yaitu:<sup>58</sup>

- 1) Pembangkit gagasan. Proses pengembangan produk baru dimulai dengan penggalian gagasan. Sesungguhnya gagasan mengenai

---

<sup>56</sup> *Ibid.* h. 322

<sup>57</sup> *Ibid.* h. 323

<sup>58</sup> wais Alkurni, Sri Zuliarni, "Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis". *Jurnal Jom FISIP*, Vol. 1 No. 2 (Oktober 2014), h. 4

produk baru bisa digali dari berbagai pihak, diantaranya pelanggan, ilmuwan, pesaing, saluran pemasaran, dan manajemen puncak.

2) Penyaringan gagasan. Pada tahap ini perusahaan menyaring dan menilai gagasan guna menentukan yang terbaik untuk dikembangkan. Dalam tahap ini pula, terdapat dua kesalahan yang harus dihindari, yaitu:

a) Kesalahan membuang (*Drop error*), jenis kesalahan ini terjadi apabila ternyata perusahaan membuang ide yang sebenarnya baik.

b) Kesalahan jalan terus (*Go error*), yaitu sebaliknya dari drop error, dimana kesalahan ini terjadi jika perusahaan ternyata meloloskan gagasan yang sebenarnya tidak baik ke tahap berikutnya.

Tahapan ini mempunyai tujuan utama, yaitu memilih dan membuang gagasan yang tidak baik seawal mungkin, sebab biaya pengembangan produk akan semakin meningkat sejalan dengan semakin jauhnya proses yang terjadi. Pada tahap ini diuraikan dan dijelaskan apa dan bagaimana produk tersebut, siapa target marketnya, tingkat persiangan, perkiraan pasar tentang luasnya pasar, kapan dan berapa biaya pengembangan yang diperlukan, biaya produksi, serta tingkat keuntungan yang sekiranya akan diperoleh. Namun meskipun variabel-variabel tersebut menunjukkan nilai yang positif, tetapi menjadi keharusan untuk menganalisa apakah produk tersebut sejalan

dengan tujuan, strategi dan seluruh sumber daya perusahaan yang ada.<sup>59</sup>

3) Pengembangan dan Pengujian Konsep. Ide yang lolos dari tahap penyaringan kemudian dibuat konsep produknya. Konsep pengembangan produk ini perlu dilakukan karena hakikatnya konsumen tidak membeli gagasan produk, melainkan konsep produk. Dan berbagai konsep produk yang ada kemudian dilakukan pengujian lalu dipilih konsep yang paling tetap.<sup>60</sup>

4) Pengembangan strategi Pemasaran. Langkah berikutnya adalah strategi pemasaran. Dalam hal ini pemimpin harus menyusun suatu konsep permulaan strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk-produk baru di pasar. Strategi pemasaran ini mencakup tiga bagian pokok, yaitu:<sup>61</sup>

- a) Bagian pertama, menyatakan rencana penempatan (*positioning*) produk tersebut, hasil penjualan, bagian pasar serta sasaran keuntungan selama beberapa tahun yang akan datang.
- b) Bagian kedua, memuat perincian harga produk, strategi saluran distribusi dan anggaran pemasaran selama tahun pertama.
- c) Bagian ketiga, mengungkapkan sasaran jangka panjang dalam penjualan, keuntungan serta strategi bauran pemasaran.

---

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), h. 129

<sup>61</sup> *Ibid. Analisis Proses Pengembangan Produk*

- 5) Analisis Bisnis. Setelah pengembangan konsep produk dan strategi pemasaran diterapkan, kita dapat mengevaluasi berapa besar daya tarik bisnis dari suatu usulan. Tetapi hal ini masih belum cukup, karena masih harus diikuti dengan perhitungan proyeksi penjualan, biaya dan keuntungan yang akan diperoleh untuk menetapkan apakah variabel-variabel ini dapat memuaskan target yang ditetapkan oleh perusahaan.
- 6) Pengembangan Produk. Setelah konsep produk melewati proses analisis bisnis dan dari segi bisnis dikatakan layak diteruskan, maka selanjutnya kita masuk kedalam tahap perancangan untuk analisis bisnis dikembangkan secara fisik dibagian produksi. Di bagian ini akan dibuat contoh produk (*product prototype*) dan diharapkan dapat memenuhi tiga persyaratan sebagai berikut:
- a) *Prototype* harus dilihat oleh konsumen sebagai suatu perwujudan atribut-atribut pokok dari konsep produk yang telah dinyatakan sebelumnya.
  - b) *Prototype* harus digunakan dengan aman pada pemakaian kondisi normal.
  - c) *Prototype* harus dibuat atau diproduksi sesuai dengan biaya yang telah dianggarkan.
- 7) Uji Coba Pemasaran. Pada tahap ini perusahaan membuat produknya dalam jumlah yang terbatas dan memasarkan produk tersebut pada pasar yang terbatas pula. Sasaran pokok pada pengujian pasar adalah

untuk mempelajari dan mengetahui bagaimana reaksi konsumen dan penyalur terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, apakah konsumen dapat terpuaskan kebutuhan dan keinginannya, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Keuntungan yang diharapkan dengan melakukan uji coba ini, yakni perusahaan dapat memperoleh masukan dalam memasarkan produknya dan menelusuri masalah-masalah yang mungkin timbul sebelum perusahaan terlanjur mengeluarkan biaya yang besar saat melakukan produksi secara penuh.<sup>62</sup>

### 3. Asuransi Syariah

#### a. Pengertian Asuransi Syariah

Dalam bahasa Belanda kata asuransi disebut *Assurantie* yang terdiri dari kata "*assurateur*" yang berarti penanggung dan "*geassureerde*" yang berarti tertanggung. Kemudian dalam bahasa Prancis disebut "*Assurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi. Sedangkan dalam bahasa latin disebut "*Assecurare*" yang berarti meyakinkan orang. Selanjutnya dalam bahasa Inggris kata asuransi disebut "*Insurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang mungkin atau tidak mungkin terjadi dan "*Assurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi.<sup>63</sup>

<sup>62</sup> *Ibid. Pemasaran Bank*

<sup>63</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h.261

Di Indonesia pengertian asuransi menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1992 Tentang Usaha Asuransi, bahwa definisi asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung melibatkan 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 untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungjawabkan.<sup>64</sup>

Sedangkan mengenai asuransi syariah, secara terminologi asuransi syariah adalah tentang tolong-menolong dan secara umum asuransi adalah sebagai salah satu cara untuk mengatasi terjadinya musibah dalam kehidupan, dimana manusia dihadapkan pada kemungkinan bencana yang dapat menyebabkan hilangnya atau berkurangnya nilai ekonomi seseorang, baik terhadap diri sendiri, keluarga, atau perusahaan yang diakibatkan oleh meninggal dunia, kecelakaan, sakit, dan usia tua.<sup>65</sup>

Asuransi syariah (*ta'min, takaful, atau tadhamun*) dalam Fatwa DSN MUI adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong diantara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko

---

<sup>64</sup> *Ibid*

<sup>65</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2016), h. 251



tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah. Akad yang sesuai dengan syariah yang dimaksud adalah yang tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram, dan maksiat.<sup>66</sup>

## b. Dasar Hukum Asuransi Syariah

### 1) Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an memang tidak dijelaskan secara utuh tentang praktik asuransi syariah dan tidak ada satupun ayat yang menjelaskan tentang praktik ta'min dan takaful. Akan tetapi, dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang memuat tentang nilai-nilai asuransi islam. Nilai yang diambil dalam Al-Qur'an antara lain:<sup>67</sup>

#### a) Perintah mempersiapkan hari depan, QS. Al- Hasyr:18

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*” (QS. Al-Hasyr:18)

#### b) Perintah saling menolong dan bekerjasama, QS. Al-Maidah:2

<sup>66</sup> *ibid*

<sup>67</sup> Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h. 161

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

*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)*

## 2) Landasan Yuridis

Peraturan perundang-undangan tentang perasuransian di Indonesia diatur dalam beberapa tempat, antara lain dalam kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD), UU No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian, PP No. 81 Tahun 2008 Tentang Perubahan Ketiga atas PP No. 73 Tahun 1992 Tentang Penyelenggaraan Usaha Perasuransian serta aturan-aturan lain yang mengatur asuransi sosial yang diselenggarakan oleh BUMN Jasa Rahaeja (Asuransi Sosial Kecelakaan Penumpang), Astek (Asuransi Tenaga Kerja), dan Askes (Asuransi Sosial Pemeliharaan Kesehatan).<sup>68</sup>

Sedangkan asuransi syariah masih terbatas dan belum diatur secara khusus dalam Undang-undang. Secara lebih teknis operasional perusahaan asuransi/perusahaan reasuransi berdasarkan prinsip syariah mengacu kepada peraturan yang mengatur asuransi secara umum dan sejumlah peraturan yang dikhususkan meregulasikan asuransi syariah, antara lain Peraturan Menteri Keuangan No.18/PMK.010/2010

<sup>68</sup> *Ibid* h. 256

tentang peneraan prinsip Dasar Penyelenggaraan Usaha Asuransi dan Reasuransi dengan prinsip syariah, Peraturan Ketua BAPEPAM-LK Nomor.PER-07/BL/2011 tentang Pedoman Perhitungan Jumlah Dana Yang Diperlukan Untuk Mengantisipasi Risiko Kerugian Pengelolaan Dana *Tabarru'* Dan Perhitungan Jumlah Dana Yang Harus Disediakan Perusahaan Untuk Mengantisipasi Kerugian Yang Mungkin Timbul Dalam Penyelenggaraan Usaha Asuransi Dan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah. Peraturan ketua BAPEPAM-LK Nomor.PER06/BL/2011 Tentang Bentuk Dan Susunan Laporan Serta Pengumuman Laporan Usaha Asuransi Dan Usaha Reasuransi Dengan Prinsip Syariah. PMK No.11/PMK.010/2011 Tentang Kesehatan Keuangan Usaha Asuransi Dan Usaha Resuransi Dengan Prinsip Syariah.

Disamping itu, perasuransian syariah di Indonesia juga diatur dalam beberapa fatwa DSN MUI, antara lain Fatwa DSN MUI No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah. Fatwa DSN MUI No.51/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad *Mudharabah Musyarakah* Pada Asuransi Syariah, Fatwa DSN MUI No.52/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad *Wakalah Bil Ujah* Pada Asuransi Dan Reasuransi Syariah, Fatwa DSN MUI No.81/DSN-MUI/III/2011 Tentang Pengembalian Dana *Tabarru'* Bagi Peserta Asuransi Yang Berhenti Sebelum Masa Perjanjian Berakhir.

### c. Produk-Produk Asuransi Syariah

Pada prinsipnya cara mendesain produk asuransi syariah tidak terlampau jauh berbeda dengan cara mendesain produk-produk konvensional. Walaupun demikian, perbedaan yang ada pada keduanya dapat menentukan halal haramnya suatu produk. basic perhitungan yang digunakan dalam merancang produk-produk asuransi jiwa syariah misalnya masih mengacu kepada tabel kematian, tabel morbiditas, dan juga masih menganut hukum jumlah bilangan besar.<sup>69</sup>

#### 1) Produk-Produk Asuransi Jiwa

##### a) Produk-Produk Individu Yang Ada Unsur Tabungan

Produk-produk ada unsur tabungan, artinya suatu produk yang diperuntukkan untuk perorangan dan dibuat secara khusus, dimana di dalamnya selain mengandung *tabarru'* juga terdapat unsur tabungan yang dapat diambil kapan saja oleh pemiliknya. Beberapa contoh produk individu yang mengandung unsur tabungan adalah.<sup>70</sup>

- (1) Takaful dana investasi, yaitu suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengelolaan dana dalam mata uang rupiah dan US Dolar sebagai dana investasi yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal atau sebagai bekal untuk hari tuanya.

---

<sup>69</sup> Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah Konsep dan Sistem Operasional* (Jakarta:Gema Insani, 2004), h. 635

<sup>70</sup> *Ibid.* h. 636

- (2) Takaful dana siswa, adalah suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang bermaksud menyediakan dana pendidikan, dalam mata uang Rupiah dan US Dolar untuk putra putrinya sampai sarjana.
- (3) Takaful dana haji, yaitu suatu bentuk perlindungan untuk perorangan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan uang dalam mata uang Rupiah dan US Dolar untuk biaya menjalankan ibadah haji.
- (4) Takaful dana jabatan, yaitu suatu bentuk perlindungan untuk direksi atau pejabat teras suatu perusahaan yang menginginkan dan merencanakan pengumpulan dana dalam mata uang Rupiah dan US Dolar sebagai dana santunan yang diperuntukkan bagi ahli warisnya jika ditakdirkan meninggal lebih awal atau sebagai dan santunan/investasi pada saat tidak aktif lagi ditempat kerja.
- (5) Takaful hasanah, yaitu bentuk perlindungan perorangan 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 adalah produk-produk syariah yang sifatnya individu dan di dalam struktur produknya

tidak terdapat unsur tabungan, atau semauanya bersifat *tabarru'* .  
 beberapa contoh produk individu non saving adalah:<sup>71</sup>

- (1) Takaful kesehatan individu
- (2) Takaful kecelakaan diri individu
- (3) Takaful al-khairat individu

c) Produk-Produk Kumpulan

Produk kumpulan adalah produk yang didesain untuk jumlah peserta relatif banyak dan dalam struktur produknya ada yang mengandung unsur tabungan dan ada yng tidak mengandung unsur tabungan. Produk kumpulan yang tidak mengandung unsur tabungan diakhir masa kontrak tidak ada bagi hasil atau pengambilan nilai tunai, karena semuanya bersifat *tabarru'*.<sup>72</sup>

Contoh produk-produk kumpulan yaitu:

- (1) Takaful kecelakaan diri kumpulan
- (2) Takaful kecelakaan siswa
- (3) Takaful wisata dan perjalanan
- (4) Takaful pembiayaan Takaful majelis taklim
- (5) Takaful al-khairat
- (6) Takaful *medicare*
- (7) Takaful *al khairat* dan tabungan haji (takaful iuran haji)
- (8) Takaful perjalanan haji dan umrah

2) Produk-Produk Asuransi Kerugian (*General Insurance*)

---

<sup>71</sup> *Ibid.* h. 650

<sup>72</sup> *Ibid.* h. 652



a) Produk-Produk *Simple Risk*

Produk-produk *simple risk* adalah jenis-jenis produk asuransi umum atau kerugian yang berdasarkan syariah, yang tingkat risiko dan perhitungan secara teknis dalam produk-produknya relatif sederhana dan risiko standar tanpa perluasan jaminan. Yang termasuk produk *simple risk*, yaitu:<sup>73</sup>

(1) Takaful kebakaran (*fire insurance*), yaitu asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan sebagai akibat terjadinya kebakaran yang disebabkan percikan api, sambaran petir, ledakan, dan kejatuhan pesawat terbang berikut risiko yang ditimbulkannya.

(2) Takaful kendaraan bermotor (*motor vehicle insurance*), yaitu asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan atas kendaraan yang dipertanggungjawabkan akibat terjadinya kecelakaan yang tidak diinginkan, secara sebagian maupun secara keseluruhan.

(3) Takaful kecelakaan diri (*personal accident insurance*), yaitu asuransi yang menjamin risiko-risiko sebagai akibat kecelakaan yang bisa mengakibatkan meninggal dunia akibat kecelakaan dan cacat tetap seluruhnya akibat kecelakaan.

(4) Takaful aneka (*general accident insurance*), yaitu asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau

---

<sup>73</sup> *Ibid.* h. 661

kerusakan sebagai akibat risiko-risiko yang tidak dapat ditutup pada polis-polis takaful yang telah ada. Jaminan risiko asuransi takaful neka antara lain untuk produk-produk polis takaful penyimpanan uang, takaful tanggung gugat, takaful jaminan ketidakjujuran, dan takaful kebongkaran.

b) Produk-Produk *Mega Risk*

Produk *mega risk* adalah produk-produk kerugian yang berdasarkan syariah, dimana tingkat risikonya sangat tinggi sehingga umumnya melebihi kapasitas reasuransi perusahaan, dan dalam struktur perhitungan teknisnya cukup rumit. Beberapa contoh produk-produk mega risk antara lain:<sup>74</sup>

(1) Takaful kebakaran (*industrial risk*, sama halnya dengan jaminan takaful kebakaran non industrial, namun dibedakan dari segi okupasi objek yang diasuransikan, maka takaful kebakaran industrial menjami objek dengan tingkat risiko tinggi seperti pabrik, pengilangan, pergudangan, gedung-gedung yang melebihi 6 lantai dan lain-lain.

(2) Takaful rekayasa (*engineering*, yaitu takaful yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan sebagai akibat yang berkaitan dengan pekerjaan pembangunan beserta alat-alat berat, pemasangan konstruksi baja/mesin, dan akibat

---

<sup>74</sup> *Ibid.* h. 681

beroperasinya mesin produksi serta tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga.

- (3) Takaful rangka kapal (*marine hull*), yaitu asuransi yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada rangka kapal dan mesin kapal akibat kecelakaan dan berbagai bahaya lainnya yang dialami.
- (4) Takaful pengangkutan (*cargo insurance*), yaitu takaful yang memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada barang-barang atau pengiriman uang sebagai akibat alat pengangkutannya mengalami musibah atau kecelakaan selama dalam perjalanan melalui laut, udara, dan darat.
- (5) Takaful *surety bond* (*surety bond*), yaitu takaful yang memberikan perlindungan terhadap kerugian yang terjadi pada pemilik proyek atau pemberian fasilitas terhadap pelaksanaan proyek atau penerima fasilitas dalam menjalankan proyek.
- (6) Takaful energi (*oil & gas insurance*), yaitu takaful yang memberikan perlindungan terhadap kerugian akibat kecelakaan dan berbagai bahaya lainnya yang dialami dalam pekerjaan pengeboran minyak dan gas di darat maupun lepas pantai.
- (7) Takaful tanggung gugat (*liability insurance*), yaitu takaful yang memberikan jaminan atas kerugian peserta dari kemungkinan tuntutan ganti rugi pihak lain yang disebabkan oleh keberadaan harta peserta atau aktivitas bisnis peserta atau profesi peserta.

#### d. Prinsip Pengelolaan Asuransi Syariah

Asuransi syariah merupakan sebuah sistem dimana para peserta mendonasikan sebagian atau seluruh kontribusi /premi yang mereka bayar untuk digunakan membayar klaim atas musibah yang dialami oleh sebagian peserta. Disini, peserta asuransi melakukan risk sharing diantara mereka. Peranan perusahaan asuransi terbatas pada pengelolaan operasional perusahaan asuransi dan menginvestasikan dana tabarru'. Prinsip-prinsip asuransi merupakan dasar pijakan setiap ada masalah yang timbul dalam kontrak asuransi. Pada asuransi konvensional, terdapat 5 prinsip asuransi yang disebut pula dengan doktrin asuransi.<sup>75</sup>

- 1) Kepentingan yang dapat diasuransikan, adalah hubungan kepentingan antara peserta /tertanggung dengan objek pertanggungan/pihak yang dipertanggungkan. Kepentingan dapat timbul karena hubungan keluarga, hubungan bisnis, kepemilikan, kuasa orang lain, atau karena undang-undang. Jika ternyata tertanggung tidak mempunyai kepentingan, maka ia tidak berhak memperoleh santunan (ganti rugi).
- 2) Iktikad baik. Para pihak yang melakukan kontrak asuransi, baik penanggung maupun tertanggung harus beriktikad baik yang diwujudkan dengan kejujuran dan mengemukakan keterbukaan. Dimana penanggung harus memberikan semua informasi mengenai pertanggungan dan tertanggung memberikan informasi mengenai objek pertanggungan baik diminta atau tidak. Informasi dari

---

<sup>75</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 266

tertanggung termasuk informasi yang mempengaruhi opini penanggung apakah akan menerima ataupun menolak objek pertanggungan. Sedangkan informasi dari penanggung, terutama isis dan kondisi polis yang mungkin mempengaruhi apakah tertanggung jadi akan mengasuransikan objeknya atau tidak.

- 3) Penggantian kerugian. Prinsip ini merupakan mekanisme ganti rugi/santunan bila terjadi musibah yang dijamin, yaitu penanggung akan mengembalikan posisi keuangan tertanggung dalam keadaan semula seperti saat sebelum terjadi peristiwa musibah. Penggantian kerugian dapat dilakukan dengan pembayaran tunai, penggantian, perbaikan, atau pembangunan kembali.
- 4) Sebab aktif (*proximate cause*). *Proximate cause* adalah suatu sebab aktif, efisien yang mengakibatkan terjadinya suatu peristiwa secara berantai tanpa intervensi suatu kekuatan lain, diawali dan bekerja dengan aktif dari suatu sumber baru dan independen.
- 5) Subrogasi pengalihan hak. Bilamana penanggung telah membayar santunan ganti rugi kepada tertanggung, padahal dalam peristiwa yang mengakibatkan kerugian tersebut tertanggung tidak bersalah, maka hak menuntut kepada pihak yang bertanggung jawab/yang bersalah (pihak ketiga) beralih ke pihak penanggung.

Pada prinsipnya, kelima prinsip asuransi konvensional di atas bisa diterima dan diberlakukan juga pada asuransi syariah. Namun dalam asuransi syariah diperkaya dengan prinsip-prinsip tambahan yaitu.<sup>76</sup>

- 1) Prinsip ikhtikar dan berserah diri. Allah adalah pemilik mutlak atas segala sesuatu, karena itu menjadi kekuasaannya pula untuk memberikan atau mengambil segala yang Dia kehendaki. Manusia memiliki kewajiban untuk berusaha semaksimal kemampuannya dan pada saat yang sama diwajibkan berserah diri hanya kepada Allah.
- 2) Prinsip saling membantu dan bekerja sama. Asuransi syariah mengubah kontrak dimana seluruh peserta adalah pihak yang menanggung risiko bersama bukan perusahaan. dalam hal ini, prinsip *the law of large numbers* berlaku, yaitu kelompok yang banyak membantu kerugian pihak yang sedikit.
- 3) Prinsip saling melindungi dari berbagai macam kesusahan dan kesulitan dan tidak membiarkan uang menganggur dan tidak berputar dalam transaksi yang bermanfaat bagi masyarakat umum. Pengelola atau operator, yaitu perusahaan bukanlah pemilik dan tetapi hanya diamanatkan untuk mengelolanya. Pengelola tidak boleh menggunakan dana-dana tersebut jika tidak ada kuasa dari peserta.
- 4) Akad yang digunakan adalah akad yang tidak mengandung *ghrar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulm* (penganiayaan), *risywah* (suap), barang haram, dan maksiat sehingga pihak-pihak yang terikat

---

<sup>76</sup> *Ibid.* h. 268

akad saling bertanggung jawab. Akad tersebut harus memenuhi ketentuan:

- a) Hak dan kewajiban peserta dan perusahaan
- b) Cara dan waktu pembayaran premi
- c) Jenis akad apakah akad *tijarah* atau *tabarru'* serta syarat-syarat yang disepakati, sesuai dengan jenis asuransi yang diadakan.

Akad *tabarru'* (*hibah*) digunakan dalam hubungan antara sesama pemegang polis dimana peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong peserta lain yang terkena musibah.

Oleh karenanya, antar pemegang polis saling menanggung setiap risiko yang ada, ada saat membayar dan menerima bantuan untuk membagi risiko yang ada, bukan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan hubungan pemegang polis dengan perusahaan asuransi menggunakan akad *tijarah*

(*mudharabah/musyarakah wakalah bil ujah*), dimana perusahaan bertindak sebagai *mudharib* (pengelola) dan peserta bertindak sebagai *shahibul mal* (pemegang polis).

- 5) Investasi atas dana yang terkumpul dari klien yang dikelola oleh perusahaan asuransi syariah harus dilakukan sesuai dengan ketentuan syariah.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> *Ibid.* h. 268-269



### e. Mekanisme Kerja Asuransi Syariah

Dalam operasional asuransi syariah yang sebenarnya terjadi adalah saling bertanggung jawab, bantu-membantu, dan melindungi diantara para peserta sendiri. Perusahaan asuransi diberi kepercayaan oleh para peserta untuk mengelola premi, mengembangkan dengan jalan yang halal, memberikan sntunan kepada yang mengalami musibah sesuai isis akta perjanjian tersebut. Adapun proses yang dilalui seputar mekanisme kerja asuransi syariah adalah sebagai berikut:<sup>78</sup>

#### 1) *Underwriting*

*Underwriting* adalah proses penafsiran jangka hidup seorang calon peserta yang dikaitkan dengan besarnya risiko untuk menentukan besarnya premi. *Underwriting* asuransi syariah bertujuan memberikan skema pembagian risiko yang proporsional dan adil diantara para peserta yang secara relatif homogen.

Dalam melakukan proses penerimaan risiko terdapat tiga konsep penting yang menjadi dasar bagi perusahaan asuransi untuk menerima atau menolak suatu penutupan risiko. Pertama, kemungkinan menderita kerugian, kondisi ini diramalkan berdaeakan apa yang terjadi di masa lalu. Kedua, tingkat risiko, yaitu ketidakpastian akan kerugian pada masa yang akan datang. Ketiga, hukum bilangan besar dimana makin banyak objek yang mempunyai risiko yang sama atau hampir sama, akan makin bertambah baik bagi perusahaan karena

---

<sup>78</sup> *Ibid.* h. 275

penyebaran risiko akan lebih luas dan kemungkinan menderita kerugian dapat secara sistematis diramalkan.

## 2) Polis

Polis asuransi adalah surat perjanjian antara pihak yang menjadi peserta asuransi dengan perusahaan asuransi. Unsur-unsur yang harus ada dalam polis adalah:

- a) Deklarasi, memuat data yang berkaitan dengan peserta.
- b) Perjanjian asuransi, memuat pernyataan perusahaan asuransi menyatakan kesanggupannya mengganti kerugian atas objek asuransi apabila terjadi kerusakan.
- c) Persyaratan polis, memuat kondisi objek, batas waktu pembayaran premi, permintaan pembatalan polis, prosedur pengajuan klaim,, asuransi ganda, subrogasi.
- d) Pengecualian, memuat penyebutan dengan jelas musibah apa saja yang telah ditutup atau di luar penutupan asuransi.
- e) Kondisi pertanggungan, memuat kondisi objek yang diasuransikan.
- f) Polis ditandatangani oleh perusahaan asuransi.

## 3) Premi (kontribusi)

Premi asuransi bagi peserta secara umum bermanfaat untuk mennetukan besar tabungan peserta suransi, mendapatkan santunan kebajikan atau dana klaim terhadap suatu kejadian yang mengakibatkan terjadinya klaim, menambah investasi pada masa berikutnya. Sedangkan bagi perusahaan premi berguna untuk

menambah investasi pada suatu usaha untuk dikelola. Premi pada asuransi syariah pada umumnya dibagi beberapa bagian, yaitu:<sup>79</sup>

a) Premi tabungan, yaitu bagian premi yang merupakan dana tabungan pemegang polis yang dikelola oleh perusahaan dimana pemiliknya akan mendapat hak sesuai dengan kesepakatan dari pendapatan investasi bersih. Premi tabungan dan hak bagi hasil investasi akan diberikan kepada peserta bila yang bersangkutan dinyatakan berhenti sebagai peserta.

b) Premi *tabarru'*, yaitu sejumlah dana yang dihibahkan oleh pemegang polis dan digunakan untuk tolong-menolong dalam menanggulangi musibah kematian yang akan disantunkan kepada ahli waris bila peserta meninggal dunia sebelum masa asuransi berakhir.

c) Premi biaya, adalah sejumlah dana yang dibayarkan oleh peserta kepada perusahaan yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan dalam rangka peneglolaan dana asuransi, termasuk biaya awal baiya lanjutan, baiya tahun berjalan, dan biaya yang dikeluarkan pada saat polis berakhir.

#### 4) Pengelolaan Dana Asuransi (Premi)

Pengelolaan dana asuransi (premi) dapat dilakukan dengan akad *mudharabah*, *mudharabah musyarakah* atau *wakalah bil ujah*. Pada akad *mudharabah*, keuntungan perusahaan asuransi diperoleh dari

---

<sup>79</sup> *Ibid.* h. 279

bagian keuntungan dana dari investasi (sistem bagi hasil). Keuntungan yang diperoleh dari pengembangan dana itu dibagi antara para peserta dan perusahaan sesuai dengan ketentuan yang disepakati. Pada akad *mudharabah musyarakah*, perusahaan asuransi bertindak sebagai *mudharib* yang menyertakan modal atau dananya dalam investasi bersama dana para peserta. Perusahaan dan peserta berhak memperoleh bagi hasil dari keuntungan yang diperoleh dari investasi tersebut. Sedangkan pada akad *wakalah bil ujah*, perusahaan berhak mendapatkan *fee* sesuai dengan kesepakatan. Para peserta memberikan kuasa kepada perusahaan untuk mengelola dananya dalam hal kegiatan administrasi, pengelolaan dana, pembayaran klaim, *underwriting*, pengelolaan portofolio risiko, pemasaran, dan investasi.<sup>80</sup>

##### 5) Jenis Investasi Usaha Asuransi Syariah

Dalam KMK terbaru yaitu PMK No. 135/PMK/05/2005 tentang perubahan KMK No. 424 tahun 2003 dijelaskan jenis investasi untuk perusahaan asuransi dan reasuransi syariah terdiri atas:<sup>81</sup>

- a) Deposito berjangka dan sertifikat deposito pada bank, termasuk *deposit on call* dan deposito yang berjangka waktu kurang dari atau sama dengan 1 bulan dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi.

---

<sup>80</sup> *Ibid.* h. 281

<sup>81</sup> *Ibid.* h. 284

- b) Saham yang tercatat di bursa efek dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi .
  - c) Obligasi dan *medium term notes* dengan peringkat paling rendah Aatau yang setara pada saat penempatan dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi.
  - d) Surat berharga yang diterbitkan pemerintah atau Bank Indonesia dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi.
  - e) Unit penyertaan reksadana dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi.
  - f) Penyertaan langsung (saham yang tidak tercatat di bursa efek) dengan batasan tidak boleh melebihi 10% dari jumlah investasi.
  - g) Bangunan dengan hak strata atau tanah dengan bangunan untuk investasi dengan batasan tidak boleh melebihi 20% dari jumlah investasi.
  - h) Pinjaman polis dengan batasan tidak boleh melebihi 80% dari nilai tukar polis.
  - i) Pembiayaan kepemilikan tanah dan / bngunan, kendaraan bermotor, dan barang modal dengan skema *murabahah*.
  - j) Pembiayaan modal kerja dengan skema *mudharabah*.
- 6) Klaim

Klaim adalah hak peserta asuransi yang wajib diberikan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan kesepakatan dalam akad. Ketentuan klaim dalam asuransi syariah adalah:<sup>82</sup>

- a) Klaim dibayarkan berdasarkan akad yang disepakati pada awal akad.
- 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.

#### 7) Penutupan Asuransi

Penutupan asuransi adalah berakhirnya perjanjian asuransi. Penyebab berakhirnya perjanjian asuransi bisa disebabkan oleh dua hal, yaitu:<sup>83</sup>

- a) Perjanjian berakhir secara wajar karena masa berlakunya sudah berakhir sebagaimana perjanjian semula.
- b) Perjanjian berakhir secara tidak wajar karena dibatalakan oleh salah satu pihak walaupun masa berlaku perjanjian belum berakhir.

---

<sup>82</sup> *Ibid.* h. 286

<sup>83</sup> *Ibid.*

## 4. Keunggulan Kompetitif

### a. Definisi Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan keadaan ketika suatu perusahaan menciptakan nilai untuk pelanggannya, memilih pasar dimana suatu perusahaan dapat unggul dan memberikan suatu target bergerak kepada pesaingnya secara berkelanjutan memperbaiki posisinya. Selain itu, keunggulan kompetitif akan timbul dengan cara memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing lain. Keunggulan kompetitif adalah strategi bersaing terhadap sesuatu yang dirancang untuk dieksploitasi oleh suatu organisasi.<sup>84</sup> Faktor yang paling penting dalam keunggulan kompetitif adalah sebagai berikut:<sup>85</sup>

1) inovasi (menjadi produsen yang unik), adalah suatu cara atau proses dalam penuangan ide dan praktek yang dianggap baru untuk memberikan nilai tambah bagi pengguna sehingga wirausaha atau perusahaan memiliki nilai pembeda untuk dapat berkompetisi dengan perusahaan lainnya. Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang:

- a) Inovasi produk meliputi: barang, jasa, ide dan tempat.
- b) Inovasi manajemen meliputi: proses kerja, proses produksi, keuangan, pemasaran dan lain-lain.

2) Kualitas (menyampaikan barang dan jasa berkualitas kepada pelanggan), merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau

<sup>84</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 85

<sup>85</sup> Sunarto, *MSDM Strategik* (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004), h. 66



jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. dalam suatu perusahaan kualitas dapat meliputi kualitas produk, pelayanan, SDM (sumber daya manusia), proses, serta lingkungan.

- 3) Kepemimpinan biaya (hasil kebijakan yang direncanakan bertujuan pada pengelolaan pengurangan pengeluaran), adalah strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan membangun secara agresif fasilitas skala efisien, pengurangan harga yang gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, penghindaran pelanggan-pelanggan marjinal, dan meminimalisir biaya.

Semua faktor di atas tergantung pada kualitas sumber daya manusia dalam organisasi tersebut. Kemampuan untuk mendapatkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif adalah penting untuk pertumbuhan dan kesejahteraan bisnis. Kemampuan unik diantara karyawan, termasuk kinerja, produktivitas, fleksibilitas, inovasi dan superior serta kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan secara pribadi merupakan cara dimana pelanggan memberikan unsur penting dalam mengembangkan posisi kompetitif organisasi. Kunci keunggulan kompetitif adalah kemampuan membedakan apa yang disediakan oleh bisnis kepada pelanggannya dari yang disediakan oleh pesaing. Keunggulan kompetitif diperoleh dengan mengembangkan kompetensi dasar dalam tenaga kerja melalui pelayanan

tradisional perekrutan, imbalan, pola karier, pengembangan karyawan, dan dengan mengatasi secara efektif masalah makro seperti budaya korporasi, pengembangan manajemen dan struktur organisasi.<sup>86</sup>

#### **b. Jenis Strategi Dalam Keunggulan Kompetitif**

Untuk mencapai misi dan tujuan, setiap bisnis harus mengembangkan keunggulan bersaingnya. Struktur suatu industri harus dianalisis berdasarkan sekumpulan kekuatan dari lima kekuatan bersaing, yaitu.<sup>87</sup>

- 1) Intensitas persaingan antara pesaing yang ada. Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan adalah pertumbuhan industri, perbedaan produk, jumlah dan ragam pesaing, tingkat biaya tetap, *intermittent overcapacity*, penghalang untuk keluar.
- 2) Kekuatan tawar-menawar pembeli. Faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan pembeli adalah jumlah pembeli, biaya perubahan pembeli, kemampuan pembeli untuk integrasi ke belakang, dampak produk unit bisnis pada biaya total pembeli, dampak produk unit bisnis pada kualitas produk pembeli, signifikansi volume unit bisnis pada pembeli.
- 3) Kekuatan tawar-menawar pemasok. Faktor-faktor yang mempengaruhi kekuatan pemasok adalah jumlah pemasok, kemampuan pemasok untuk integrasi ke depan, kehadiran input pengganti.
- 4) Ancaman dari pengganti. Faktor-faktor yang mempengaruhi ancaman pengganti adalah harga relatif pengganti, biaya perubahan pembeli, kecenderungan pembeli untuk mengganti.

---

<sup>86</sup> *Ibid.* h. 67

<sup>87</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 342

5) Ancaman pendatang baru. Faktor-faktor yang mempengaruhi masuknya penghalang/pendatang adalah syarat-syarat modal, akses saluran distribusi, skala ekonomis, diferensiasi produk, kompleksitas teknologi produk/proses, dan kebijakan pemerintah.

Di atas telah diuraikan tentang analisis lima kekuatan persaingan yang merupakan langkah awal untuk mengembangkan keunggulan bersaing. Analisis tersebut juga membantu mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan eksternal. Untuk menanggulangi lima kekuatan persaingan di atas, tiga pendekatan strategis generik untuk mengungguli pesaing dalam industri, yaitu:<sup>88</sup>

- 1) Biaya rendah. Tujuan utama dari strategi ini adalah mencapai biaya rendah terhadap pesaing.
- 2) Diferensial. Tujuan utama dari strategi ini adalah mendiferensiasikan produk yang ditawarkan, membuat sesuatu yang unik di mata konsumen.
- 3) Fokus. Strategi ini memusatkan (fokus) pada kelompok pembeli segmen lini produk atau pasar geografis tertentu. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing yang bersaing secara luas.

---

<sup>88</sup> *Ibid.* h. 343

### c. Pilihan Strategi Bersaing

Cara organisasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan merupakan inti dari strategi bersaing. Pilihan strategi bersaing didasarkan pada keunggulan kompetitif yang dapat dikembangkan oleh organisasi. Setidaknya terdapat tiga pendekatan yang mencoba mendefinisikan strategi bersaing, yaitu sebagai berikut:<sup>89</sup>

#### 4) Strategi Adaptif Versi Miles dan Snow

Pendekatan ini didasarkan pada keberhasilan organisasi dalam menggunakan strategi untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan persaingan yang tidak pasti. Dalam pendekatan ini terdapat 4 jenis strategi, yaitu:<sup>90</sup>

a) Strategi prospektor (*prospector*), yaitu strategi yang mengutamakan kepada keberhasilan organisasi dalam berinovasi, selalu menciptakan produk baru, dan kesempatan pasar yang baru. Kekuaan strategi ini terletak pada kemampuan perusahaan untuk dapat melihat kondisi, tren dan situasi lingkungan bisnis yang selalu berubah-ubah, dan kemampuannya dalam menciptakan produk dan jasa baru yang dapat mengimbangi perubahan lingkungan yang dinamis tersebut.

b) Strategi bertahan (*defender*), perusahaan dengan strategi bertahan biasanya mementingkan stabilitas pasar yang menjadi targetnya.

Perusahaan dengan strategi ini umumnya memiliki sedikit lini

---

<sup>89</sup> Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 88

<sup>90</sup> *Ibid.*

produk dengan segmen pasar yang juga sempit. Hal ini karena mereka hanya berusaha untuk mempertahankan pasar dibandingkan dengan memperluasnya.

c) Strategi penganalisis (*analyzer*), merupakan strategi analisis dan imitasi. Organisasi yang menggunakan strategi ini akan menganalisis ide bisnis baru sebelum organisasi memasuki bisnis tersebut. Para penganalisis ini akan memperhatikan dan meniru ide yang dilakukan pesaingnya yang berhasil dalam menjalankan bisnis tertentu.

d) Strategi reaktor. Perusahaan dengan strategi reaktor adalah organisasi yang bereaksi terhadap perubahan lingkungan dan membuat suatu perubahan hanya apabila terdapat tekanan dari lingkungannya yang memaksa organisasi tersebut untuk berubah.

##### 5) Kerangka Definisi Bisnis Abel

Berdasarkan definisi Abel, bisnis dapat dibedakan ke dalam tiga dimensi : (1) kelompok pelanggan: siapa yang dilayani oleh organisasi; (2) kebutuhan pelanggan: apa yang dibutuhkan konsumen yang bisa dipenuhi oleh organisasi; (3) teknologi atau kompetensi inti: bagaimana organisasi akan memenuhi kebutuhan tersebut. Sesuai pada tiga dimensi tersebut, skema klasifikasi strategi bersaing Abell mengemukakan bahwa bisnis dapat dibedakan melalui dua aspek penting yaitu cakupan persaingannya dan seberapa jauh diferensiasi

produk dan jasa yang ditawarkan. Kombinasi dari keduanya menjadi dasar Abell menemukan tiga kemungkinan strategi bersaing, yaitu:<sup>91</sup>

- a) Terdiferensiasi, strategi ini menerangkan bisnis yang bersaing di pasar yang luas dan menggunakan senjata bersaing yang berbeda untuk melayani berbagai segmen pasar.
- b) Strategi yang tidak terdiferensiasi, menjelaskan bisnis yang juga bersaing dalam cakupan persaingan yang luas, tetapi tanpa diferensiasi produk atau jasa.
- c) Strategi fokus, adalah strategi bisnis yang berkompisi pada pasar yang sempit dan hanya menggunakan satu senjata bersaing yang seragam saja.

#### 6) Strategi Bersaing Generik Versi Porter

Pada pendekatan yang dikemukakan oleh porter terdapat tiga strategi bersaing generik dalam mencapai keunggulan kompetitif, yaitu:<sup>92</sup>

- a) Strategi kepemimpinan biaya, adalah strategi yang digunakan organisasi apabila perusahaan ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya rendah dengan basis pelanggan yang luas. Pada strategi ini perusahaan berfokus pada bagaimana perusahaan mampu memproduksi barang dan jasa dengan biaya rendah.
- b) Strategi diferensiasi. Perusahaan yang menggunakan strategi ini bila ingin bersaing dengan pesaingnya dalam hal keunikan produk

---

<sup>91</sup> *Ibid.* h. 89

<sup>92</sup> *Ibid.* h. 90

dan jasa yang ditawarkan. Keunikan tersebut dapat dilihat dari ciri produk yang menawarkan nilai-nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda di mata konsumen.

- c) Strategi fokus. Perusahaan dengan strategi fokus melayani kebutuhan spesifik pasar. Ia bisa memilih strategi fokus berbasis biaya atau diferensiasi. Perbedaannya terletak pada segmentasinya yang lebih kecil. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus berbasis biaya, bersaing dengan pesaing lain dalam industri untuk menjadi pemimpin pasar pada celah pasar yang sempit dan spesifik. Sedangkan perusahaan yang menggunakan strategi fokus berbasis diferensiasi bisa menggunakan bentuk apapun yang digunakan oleh perusahaan yang berbasis diferensiasi fitur produk, inovasi produk, kualitas produk dan lainnya.

Berdasarkan beberapa strategi bersaing yang dapat digunakan di atas, maka dalam hal ini keunggulan bersaing dapat diukur melalui beberapa indikator. Adapun indikator keunggulan kompetitif atau bersaing yang telah dikembangkan oleh beberapa ahli adalah sebagai berikut:<sup>93</sup>

---

<sup>93</sup> Muhammad Bukhori Dalimunthe, “Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk”. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 1 (2017), h. 20



**Tabel 2.1**  
**Indikator Keunggulan Kompetitif**

<b>Indikator</b>	<b>Definisi</b>	<b>Ketentuan</b>
Harga	Harga yaitu sejumlah uang yang perlu dikeluarkan konsumen sebagai upaya mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang didapat konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga terjangkau oleh konsumen.</li> <li>2. Harga sesuai dengan kualitas yang diberikan</li> <li>3. Harga bersaing dengan kompetitor.</li> </ol>
Manajemen	Yaitu ilmu yang mengatur tentang pemanfaatan sumber daya manusia atau sumber daya lain yang dimiliki suatu perusahaan atau organisasi dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manajemen mampu menciptakan kualitas yang baik.</li> <li>2. pelatihan SDM yang berkelanjutan.</li> <li>3. Kesadaran diri</li> </ol>
Keuntungan	keseluruhan dari total pendapatan yang diperoleh suatu perusahaan setelah pendapatan tersebut dikurangi oleh biaya-biaya operasional.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laba yang diperoleh maksimal.</li> <li>2. Laba stabil setiap tahunnya.</li> </ol>
Posisi Dan Tempat	Posisi yaitu suatu kondisi yang menggambarkan keberadaan suatu titik terhadap titik lainnya. Sedangkan tempat yaitu letak dimana segala kegiatan penyaluran produk barang dan jasa dilakukan atau dengan kata lain letak perusahaan tersebut melakukan kegiatan operasional.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posisi dan tempat perusahaan mudah dijangkau.</li> <li>2. Lokasi usaha mudah terlihat.</li> <li>3. Tidak banyak usaha sejenis disekitar perusahaan.</li> </ol>

#### d. Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Kompetitif

Dalam mencapai suatu keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing, tiga faktor penting yang mempengaruhi keunggulan kompetitif, yaitu:<sup>94</sup>

- 1) Inovasi. Perusahaan yang menerapkan strategi untuk inovasi, memiliki karakter perilaku:
  - a) Perilaku kreatif tinggi
  - b) Pemusatan perhatian untuk jangka panjang
  - c) Perilaku kooperatif, saling tergantung yang relatif tinggi
  - d) Pengambilan risiko yang lebih besar tingkatannya.
  - e) Toleransi tinggi terhadap ambiguitas dan situasi yang tidak dapat diprediksi.
- 2) Peningkatan Kualitas. Perusahaan yang menerapkan strategi peningkatan kualitas, karakter perilakunya yaitu:<sup>95</sup>
  - a) Perhatian yang tinggi terhadap kualitas..
  - b) Perhatian yang tinggi terhadap proses.
  - c) Aktivitas dengan pengambilan risiko yang rendah
  - d) Komitmen tinggi.
- 3) Kepemimpinan biaya. Perusahaan yang menerapkan strategi dalam kepemimpinan biaya memiliki karakter perilaku:<sup>96</sup>
  - a) Lebih memperhatikan hasil, khususnya kuantitas keluaran.
  - b) Aktivitas dengan pengambilan risiko yang rendah.

<sup>94</sup> Sunarto, *MSDM Strategik* (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004), h. 61

<sup>95</sup> *Ibid.*

<sup>96</sup> *Ibid.* h. 62

- c) Pemusatan perhatian untuk periode waktu yang relatif pendek.
- d) Tidak terlalu berlebihan memperhatikan kualitas.

### C. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut penulis melakukan penelaahan karya-karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti dengan judul Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung. Tujuan adanya kajian adalah untuk menghindari adanya pembahasan yang sama dengan penelitian yang lain. Maka penulis menjelaskan topik penelitian yang peneliti teliti berkaitan dengan masalah tersebut berupa kajian dan pembahasandiantaranya sebagai berikut:

Rukiah,<sup>97</sup> kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini tentang “Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global” bahwa strategi optimalisasi dan pengembangan SDM yang dapat diterapkan bagi lembaga perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dapat dilakukan melalui optimalisasi SDM jangka panjang diantaranya mendukung berdirinya lembaga pendidikan yang konsentrasi terhadap Lembaga Keuangan Syariah, regulasi mengenai SDM, dan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu optimalisasi SDM jangka pendek juga perlu dilakukan, diantaranya yaitu mengintensifkan kegiatan pelatihan mengenai sistem ekonomi syariah,

---

<sup>97</sup> Rukiah, “Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global”. *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 1 No. 2 (Juli-Desember 2015), h.113

peningkatan kualitas pengawasan dan sistem pengawasan, dan pembuatan sertifikasi oleh BNSP kepada tenaga kerja yang sudah profesional.

Hevi Prima Yunita,<sup>98</sup> dalam penelitiannya tentang “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di BMT Pahlawan Tulungagung” dapat ditarik kesimpulan bahwa pihak manajerial memberikan pengembangan kepada pihak operasional dengan menggunakan beberapa strategi antara lain: pemberian motivasi kepada karyawan untuk terus meningkatkan kemampuan dan pengetahuan terkait ke BMT-an, pemberian diklat intenal maupun eksternal, pengembangan karir, dan pemeliharaan karyawan yang disertai dengan pemberian bonus sesuai atas kinerja yang dilakukan terhadap tanggung jawab usahanya.

Meuthiya Athifa Arifin,<sup>99</sup> dalam penelitiannya tentang “Pengembangan produk-Produk Keuangan Mikro Syariah” dapat ditarik kesimpulan bahwa proses atau tahapan pengembangan produk meliputi: *pertama*; tujuan dan strategi produk lembaga keuangan mikro syariah yang dikembangkan, *kedua*; mengidentifikasi peluang pasar melalui segmentasi pasar yang luas untuk meningkatkan sumber pendanaan dan mengatasi likuiditas, *ketiga*; membuat desain produk yang sesuai dengan permintaan atau kebutuhan nasabah, bentuk desain yang sesuai visi, misi dan tujuan lembaga keuangan mikro syariah, *keempat*; pengujian produk yang layak digunakan oleh nasabah, *kelima*;

---

<sup>98</sup> Hevi Prima Yunita, “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung” (Skripsi Program Sarjana Ilmu Perbankan Syariah IAIN Tulung Agung, Tulung Agung, 2018), h. 133

<sup>99</sup> Meuthiya Athifa Arifin, “Pengembangan produk-Produk Keuangan Mikro Syariah” *Jurnal Equilibrium*, Vol. 2 No.1 (Juni 2014), h. 172

melaksanakan komersialisasi dengan pengelolaan risiko operasional dan manajemen resiko. Salah satu cara yang dilakukan lembaga keuangan mikro syariah dalam pengembangan produk-produk yang dimilikinya adalah dengan cara mengembangkan produk-produk seperti berbagai macam produk simpanan/ tabungan (simpanan *wadiah*, simpanan pendidikan, simpanan nikah, simpanan idul fitri, simpanan qurban/ aqiqoh, simpanan haji dan simpanan mudharabah berjangka (deposito). Pengembangan produk-produk di bidang penyaluran dana, seperti: pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah*, pembiayaan *murabahah*, pembiayaan *ijarah*. Hal ini dilakukan LKMS untuk memudahkan nasabah dalam memberikan pinjaman sesuai dengan apa yang diinginkan. Pola pengembangan produk yang dilakukan oleh LKMS yaitu dengan menggunakan sistem analisis SWOT mencakup kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

Yulita Sari,<sup>100</sup> dalam penelitiannya tentang “Strategi Pengembangan Produk Pada Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Pembiayaan Murabahah Pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung” dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satu cara yang dilakukan oleh PT BPRS Mitra Agro Usaha dalam mengembangkan produk yang dimiliki dengan cara mengembangkan produk-produk yang sudah ada, seperti pada produk titipan berupa tabungan saja. Akan tetapi PT BPRS Mitra Agro Usaha membagi kedalam beberapa kelompok produk berbentuk simpanan yaitu simpanan amanah, simpanan *wadiah*,

---

<sup>100</sup> Yulita Sari, “Strategi pengembangan produk Pada Bank Syariah Dalam meningkatkan Kualitas pembiayaan Murabahah Studi Pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung” (skripsi Program Sarjana Ilmu Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2017), h. 91

simpanan pendidikan, simpanan idul fitri, simpanan haji, dan simpanan *mudharabah* berjangka (deposito). Bukan hanya di produk simpanan saja, tetapi PT BPRS Mitra Agro Usaha juga mengembangkan produk di bidang penyaluran dana seperti pembiayaan *murabahah* dan pembiayaan *ijarah*.

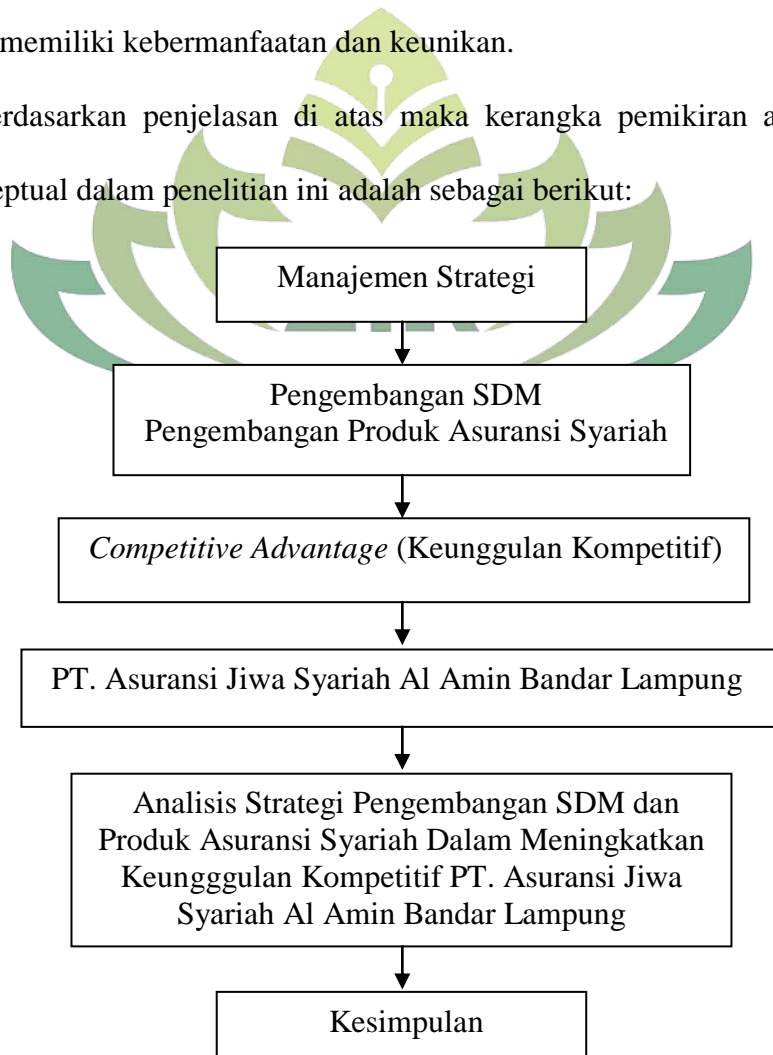
Fahmi Rahmat Hidayat, dalam penelitiannya tentang “ Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing” dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam melakukan strategi pengembangan produk-produk BMT diawali dengan melihat permasalahan yang ada di dalam masyarakat sekitar yang membutuhkan. Kemudian cara yang dilakukan BMT UMJ dalam pengembangan produk yaitu dengan cara mengembangkan produk-produk yang sudah ada, baik yang berupa simpanan maupun pembiayaan. Selain itu pola yang digunakan oleh BMT UMJ dalam pengembangan produk yang dimilikinya yaitu dengan cara jemput bola. Penerapan sistem ini dilakukan agar nasabah terbantu dengan adanya sistem jemput bola, karena masyarakat yang sibuk berdagang dan tidak mempunyai waktu bertransaksi di BMT dapat terbantu melakukan transaksi tanpa harus ke lembaga terkait.

#### **D. Kerangka pemikiran**

Secara teoritis Porter mengatakan bahwa MSDM dan inovasi dapat membantu sebuah perusahaan memperoleh keunggulan kompetitif dengan menurunkan biaya, meningkatkan sumber-sumber produk dan perbedaan layanan, atau dengan kedua-duanya. Pencapaian keunggulan kompetitif melalui SDM dan produk memerlukan aktivitas-aktivitas yang dikelola dengan

perspektif strategik. Porter menyatakan bahwa MSDM mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan melalui perannya dalam menentukan keahlian-keahlian dan motivasi karyawan serta biaya perekrutan dan pelatihan. Dalam beberapa sektor industri, MSDM memainkan peran kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif. Disisi lain ia menyatakan bahwa sebuah keunggulan kompetitif ada ketika pelanggan merasakan bahwa produk yang dimiliki perusahaan memiliki kelebihan dari pesaingnya. Hal ini dapat diperoleh perusahaan melalui inovasi atau pun pengembangan produk baru yang memiliki kebermanfaatan dan keunikan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka kerangka pemikiran atau kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



## BAB III

### DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

PT Asuransi Jiwa Syariah AL AMIN merupakan perusahaan asuransi jiwa murni syariah yang menaruh perhatian bagi perkembangan perasuransian di Indonesia khususnya perkembangan dan kebutuhan masyarakat untuk dapat bermuamalah berdasarkan syariah Islam. Pemilihan nama perusahaan didasarkan atas pertimbangan dan pengetahuan mengenai karakteristik industri perasuransian sebagai “bisnis kepercayaan”. Komitmen untuk memenuhi perjanjian perlindungan asuransi syariah kepada peserta yang diasuransikan dan/atau pemegang polis telah menjadi filosofi untuk berpegang teguh kepada prinsip-prinsip syariah Islam dan prinsip-prinsip asuransi terutama prinsip *utmost good faith*. Dengan komitmen yang dilandasi oleh itikad baik untuk menjalankan fungsinya dan kegiatan usaha secara sehat sesuai dengan ketentuan yang berlaku telah menjadi konsep dasar yang melatar belakangi nama Perusahaan, yaitu “AL AMIN” yang berarti “Terpercaya”.

Kantor pertama PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin berlokasi di Plaza Kuningan Menara Selatan Jl. HR Rasuna Said Kav. C11-14 Suite 510 Jakarta Selatan dengan 12 (dua belas) orang staf. Dua bulan setelah memperoleh izin usaha dibidang Perasuransian dari Menteri Keuangan Republik Indonesia atau tepatnya pada bulan Juli 2010, perusahaan telah

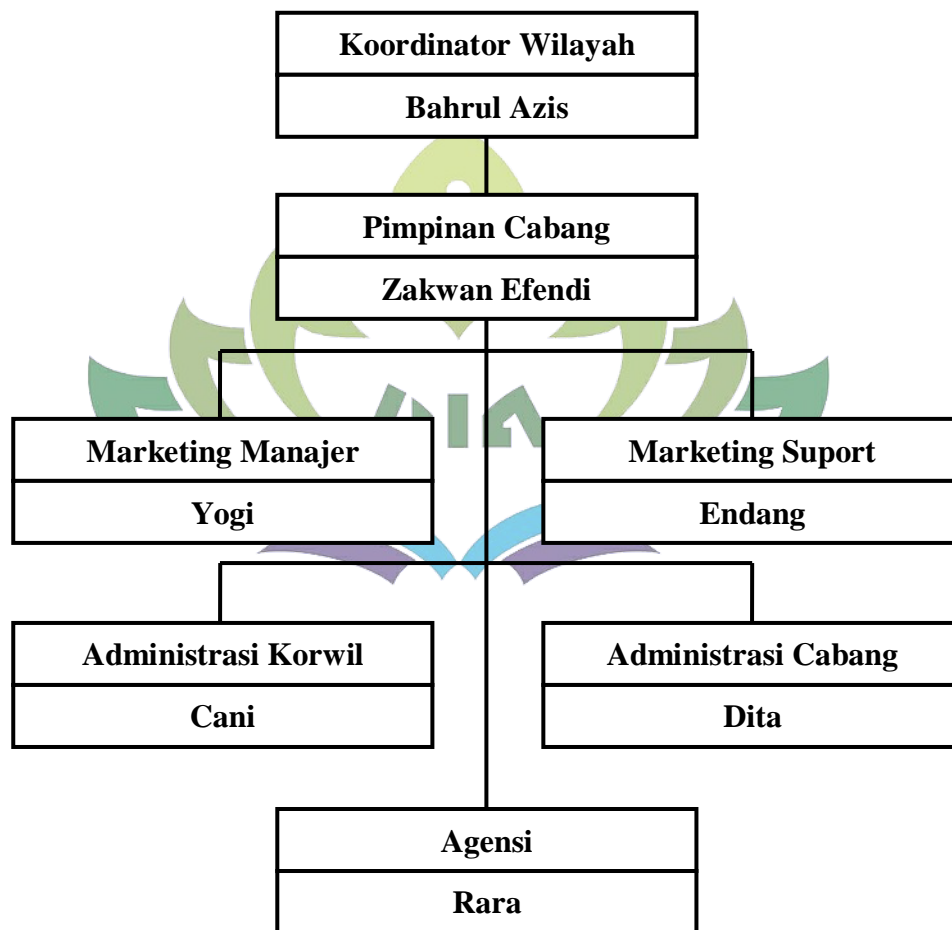
mendapat kepercayaan sebagai perusahaan asuransi jiwa rekanan perum jamkrindo di dalam kerjasama koasuransi perlindungan asuransi jiwa bagi nasabah Bank Pembangunan Daerah (BPD) di seluruh Indonesia.

Kesuksesan perusahaan didorong oleh dedikasi seluruh karyawan dan komitmen mereka untuk bekerja secara bertanggung jawab dan benar dalam pengelolaan manajemen risiko. Perusahaan juga senantiasa meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), sehingga telah mendorong Perusahaan untuk mampu bersaing didalam memberikan pelayanan yang terbaik. Dengan sumber daya manusia yang Kami miliki dan pengembangan produk-produk yang inovatif, Perusahaan telah terlibat dalam hampir setiap aspek dari kebutuhan masyarakat akan perlindungan asuransi jiwa.

Kerja keras untuk menjadi penyedia jasa asuransi syariah terkemuka dibuktikan dengan terobosan-terobosan yang signifikan yang mungkin belum pernah dilakukan oleh perusahaan-perusahaan asuransi lainnya, diantaranya keberhasilan Perusahaan untuk membukukan laba di tahun pertama sejak mulai beroperasi (tahun 2010) dan serangkaian penghargaan sebagai *1<sup>st</sup> Best Life Insurance 2012* dengan ekuitas Rp.100 Milyar Kebawah dari Media Asuransi, serta Penghargaan Asuransi Syariah berkinerja “**Sangat Bagus**” pada acara *The Best Sharia Finance Infobank Award 2012*. Penghargaan lain yang dicapai adalah *1<sup>st</sup> Rank The Best Islamic Life Insurance, 1<sup>st</sup> Rank The Most Expansive Insurance*, dan *2<sup>nd</sup> Rank The Best Risk Management* dalam *Islamic Finance Award 2013* untuk kategori *Islamic Life Insurance* dari *Karim Business Consulting*.

Demi memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap asuransi jiwa dan kenyamanan bermuamalah, telah mendorong karyawan/ti untuk bekerja setiap hari dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan “*Perlindungan Yang Amanah dan Terpercaya*” sesuai dengan syariat Islam terhadap jiwa manusia, harta benda dan keturunannya.<sup>101</sup>

## 2. Struktur Organisasi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin



**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi**  
**PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung**

<sup>101</sup> Website Resmi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin: [www.alamin.co.id](http://www.alamin.co.id)

### 3. Visi dan Misi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

#### a. Visi

“Menjadi Perusahaan Asuransi Jiwa Syariah yang Handal dan Terpercaya”

#### b. Misi

“Memberikan Pelayanan yang terbaik kepada nasabah dengan melaksanakan pengelolaan manajemen risiko yang sehat”

### B. Prinsip Operasional PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

Dalam menjalankan kegiatan operasional dan pelayanan perusahaan, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin menganut beberapa prinsip utama, yaitu sebagai berikut:<sup>102</sup>

1. Prinsip keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, yaitu dengan menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai syariah dalam segala aspek kehidupan manusia.
2. Prinsip kepercayaan. Dimana sesuai dengan nama perusahaan Al-Amin yang berarti kepercayaan, perusahaan selalu menerapkan prinsip ini dalam operasionalnya untuk mendapatkan dan meningkatkan kepercayaan nasabah kepada perusahaan.
3. Prinsip Kecepatan dan ketepatan, karena perusahaan banyak menjalin hubungan kerja sama dengan lembaga perbankan maka perinsip kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan sangat diutamakan oleh perusahaan.

---

<sup>102</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

4. Profesionalisme, yaitu dibangunnya suatu sifat dengan semangat kerja yang tinggi, pekerja keras, kerja secara ikhlas serta kerja secara cerdas dalam mencapai tingkat standar kerja yang baik dan kompeten.

### C. Akad Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

Dalam menjalankan dan melaksanakan kegiatan operasional, perusahaan menggunakan 2 akad, yaitu sebagai berikut:<sup>103</sup>

1. Akad *tabarru'*, yaitu akad dimana antara sesama pemegang polis saling membantu dan tolong-menolong ketika salah satu peserta mendapat musibah meninggal dunia atau lainnya. Akad ini merupakan akad tolong-menolong yang mana ketika masa habis kontrak tidak terjadi klaim atau suatu musibah tidak ada pengembalian dana dari premi yang telah disetor. Selain itu, dana dengan akad ini tidak digunakan untuk kegiatan operasional ataupun investasi, namun digunakan khusus untuk menanggung kemungkinan risiko terjadi pada pemegang polis.
2. Akad *tijarah* (pengelolaan), yaitu akad dimana perusahaan mengelola dana yang terkumpul dari pembayaran premi peserta polis. Dalam hal ini keuntungan digunakan untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan, seperti membayar gaji karyawan dan lain sebagainya.

---

<sup>103</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

## **D. Prosedur Pendaftaran Polis dan Pengajuan Klaim PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin**

### 1. Prosedur Pendaftaran Polis

Sebelum nasabah mendaftar sebagai peserta polis, dalam hal ini terdapat beberapa prosedur yang dapat dilakukan oleh calon peserta asuransi untuk melakukan pendaftaran sebagai peserta sebagai berikut:<sup>104</sup>

a. Melakukan pendaftaran langsung ke kantor PT. Asuransi Jiwa Syariah AL-Amin.

b. Menyerahkan persyaratan yang telah ditetapkan perusahaan, diantaranya:

- 1) Foto copy KTP
- 2) Foto Copy Kartu Keluarga (KK)

Syarat yang perlu diserahkan apabila calon peserta menggunakan produk pembiayaan yaitu:

- 1) Foto copy KTP
- 2) Foto Copy Kartu Keluarga (KK)
- 3) Jumlah pinjaman
- 4) Jangka waktu pinjaman

c. Membayar sejumlah premi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

d. Setelah semua syarat terpenuhi perusahaan akan memberikan sebuah sertifikat sebagai bukti bahwa nasabah terdaftar sebagai peserta asuransi.

---

<sup>104</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

## 2. Prosedur Pengajuan Klaim

Ketika peserta asuransi mengalami musibah atau terjadi klaim, maka prosedur yang perlu dilakukan saat mengajukan klaim ke perusahaan yaitu sebagai berikut:<sup>105</sup>

- a. Mendaftarkan pengajuan klaim ke perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin.
- b. Mengisi form yang telah disediakan perusahaan.
- c. Jika peserta meninggal karena sakit menyerahkan surat keterangan kematian dari kelurahan atau rumah sakit. Namun, jika meninggal karena kecelakaan menyerahkan surat keterangan dari kepolisian.
- d. Menyerahkan foto copy KTP
- e. Menyerahkan foto copy kartu keluarga (KK)
- f. Setelah kurang lebih satu minggu maka perusahaan akan membayar ganti kerugian.

## E. Produk-Produk PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

### 1. Syariah Pembiayaan

Syariah pembiayaan Al Amin adalah program asuransi syariah yang memberikan perlindungan atau jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasurikan dalam masa perlindungan asuransi syariah tidak dapat memenuhi kewajiban untuk melunasi pinjamannya akibat mengalami risiko yang dijamin. Jenis-jenis

---

<sup>105</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019



produk pembiayaan perbankan atau lembaga keuangan lainnya yang dapat disinergikan dengan produk “Syariah Pembiayaan Al Amin” terdiri atas:

- c. Pembiayaan Pegawai aktif
- d. Pembiayaan Pensiun
- e. Pembiayaan Dana Talangan Haji
- f. Pembiayaan Kepemilikan Rumah
- g. Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor
- h. Pembiayaan Usaha Kecil (Mikro) Pembiayaan *Linkage*

## 2. Al-Amin Badal Arafah

Al-Amin Badal Arafah merupakan program asuransi jiwa syariah yang memberikan santunan kepada penerima manfaat dan pembiayaan ibadah haji (Badal Haji) bagi peserta yang diasuransikan apabila dalam masa asuransi syariah peserta yang diasuransikan:

- g. Ditakdirkan meninggal dunia akibat sakit dan atau kecelakaan.
- h. Mengalami cacat tetap seluruhnya.
- i. Penggantian biaya pengobatan atau rawat inap akibat kecelakaan.

## 3. *At Ta'min* Perjalanan

*At Ta'min* Perjalanan adalah program perlindungan asuransi syariah bagi pengguna angkutan umum yang memberikan jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasuransikan ditakdirkan meninggal dunia akibat kecelakaan atau mengalami cacat tetap sebagian atau cacat tetap seluruhnya atau penggantian biaya pengobatan

atau rawat inap akibat mengalami musibah kecelakaan dalam masa perjanjian asuransi syariah.

#### 4. *At Ta'min* Siswa

*At Ta'min* Siswa adalah program perlindungan asuransi syariah bagi siswa atau pelajar yang memberikan jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasuransikan ditakdirkan meninggal dunia akibat kecelakaan atau mengalami cacat tetap sebagian atau cacat tetap seluruhnya atau ketidakmampuan berpenghasilan akibat cacat tetap atau penggantian biaya pengobatan atau rawat inap akibat mengalami musibah kecelakaan dalam masa perjanjian asuransi syariah.

#### 5. *At Ta'min* Pegawai

*At Ta'min* Pegawai adalah program perlindungan asuransi syariah bagi pegawai perusahaan yang memberikan jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasuransikan ditakdirkan meninggal dunia atau mengalami cacat tetap akibat kecelakaan atau penggantian biaya pengobatan atau rawat inap akibat mengalami musibah kecelakaan dalam masa perjanjian asuransi syariah.

#### 6. Al Amin Tabungan Arafah

Adalah program perlindungan asuransi syariah bagi nasabah bank penabung tabungan haji yang memberikan jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasuransikan ditakdirkan meninggal dunia dalam masa perlindungan asuransi syariah.

### 7. *At Ta'min* Kecelakaan Kerja

Merupakan program perlindungan asuransi syariah bagi pekerja yang memberikan jaminan penggantian kerugian finansial kepada penerima manfaat apabila peserta yang diasuransikan ditakdirkan meninggal dunia akibat kecelakaan atau mengalami cacat tetap seluruhnya atau ketidakmampuan berpenghasilan akibat cacat tetap atau penggantian biaya pengobatan atau rawat inap akibat mengalami musibah kecelakaan dalam masa perjanjian asuransi syariah.

### F. Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin

Dalam mencapai suatu keunggulan kompetitif atau bersaing, terdapat tiga indikator penting yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan. Adapun faktor yang mempengaruhi keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin yaitu:<sup>106</sup>

1. Inovasi. Dilihat dari segi inovasi perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin cabang Lampung telah melakukan suatu inovasi produk yang sangat dibutuhkan. Dimana dalam hal ini perusahaan telah melakukan inovasi produk dengan mengeluarkan produk asuransi bagi siswa ataupun mahasiswa serta produk asuransi bagi karyawan suatu perusahaan.
2. Peningkatan kualitas. Dalam hal peningkatan kualitas baik dalam hal kualitas SDM ataupun produk yang dipasarkan, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin sangat memperhatikan kualitas yang diberikan perusahaan kepada

---

<sup>106</sup> Endang, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019

para peserta asuransi. Misalnya dalam hal perekrutan karyawan, perusahaan sangat memperhatikan kualitas yang dimiliki oleh calon pegawai, karena kualitas adalah hal utama bagi perusahaan.

3. Kepemimpinan biaya. Dalam segi kepemimpinan biaya telah mampu meminimalisir biaya pengeluaran dalam setiap proses pengembangan yang dilakukan perusahaan untuk tujuan peningkatan kualitas pada perusahaan.

#### **G. Strategi Pengembangan SDM dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin**

Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu aktivitas yang dilakukan sebuah instansi atau perusahaan guna meningkatkan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki dalam mencapai efektifitas kerja yang diinginkan. Dalam mengembangkan sumber daya manusia (SDM) pada perusahaannya, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung melakukan beberapa strategi umum yang biasanya dilakukan perusahaan yaitu melalui kompetensi terhadap karyawan mengenai penguasaan produk inti, melakukan pelatihan baik mingguan ataupun tahunan termasuk didalamnya pelatihan presentasi serta pelatihan sistem perhitungan, mapping area, pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi.

Faktor penting yang mempengaruhi perusahaan terus melakukan pengembangan sumber daya manusia pada karyawan perusahaan yaitu pengetahuan karyawan yang masih minim mengenai produk-produk asuransi syariah ataupun akad-akad terkait pelaksanaan operasional perusahaan. hal ini

dikarenakan latarbelakang pendidikan karyawan yang berbeda-beda dan tidak sesuai dengan *basic* ekonomi syariah.

Disamping itu, dalam menerapkan strategi pengembangan sumber daya manusia perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung memiliki kendala, dimana kendala tersebut berasal dari karyawan itu sendiri yaitu kesadaran masing-masing karyawan masih kurang untuk terus menggali ilmu tentang asuransi syariah dan hanya mengandalkan pelatihan yang diberikan perusahaan.<sup>107</sup>

#### **H. Strategi Pengembangan Produk Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin**

Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk asuransi syariah yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung adalah dengan melihat kondisi pasar, mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan.

Faktor yang mendorong dilakukan pengembangan produk pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung adalah semakin tingginya tingkat persaingan dengan hadirnya lembaga-lembaga asuransi baru yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, dan juga kebutuhan masyarakat semakin tinggi untuk menggunakan produk asuransi yang disediakan perusahaan. Terlepas dari strategi yang telah dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung, dalam mengembangkan produk juga memiliki kendala yang sering dihadapi

---

<sup>107</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

perusahaan yaitu dalam hal perizinan yang cukup sulit karena produk yang akan dipasarkan harus benar-benar sesuai dengan syariah, dan juga produk yang telah dipasarkan terkadang masih susah untuk diterima di masyarakat dan pasar.<sup>108</sup>

## I. Hasil Wawancara PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung

1. Dari wawancara dengan Bpk Bahrul Aziz selaku Koordinator Wilayah menyatakan “faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan pengembangan sumber daya manusia yaitu pengetahuan karyawan yang masih minim mengenai produk-produk asuransi syariah ataupun akad-akad terkait pelaksanaan operasional perusahaan seperti akad dan produk terkait bank syariah. Hal ini dikarenakan latarbelakang pendidikan karyawan yang berbeda-beda dan tidak sesuai dengan *basic* ekonomi syariah”.<sup>109</sup>
2. Pernyataan Bpk Zakwan Efendi dalam hasil wawancara menyatakan bahwa “tingginya tingkat persaingan dengan hadirnya lembaga-lembaga asuransi baru yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, dan juga kebutuhan masyarakat semakin tinggi untuk menggunakan produk asuransi yang disediakan perusahaan”.
3. Strategi umum pengembangan SDM yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan persaingan diantaranya yaitu pertama, melakukan pengembangan kompetensi karyawan akan penguasaan produk inti. Produk inti yang dimaksud adalah produk unggulan perusahaan yaitu produk

---

<sup>108</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

<sup>109</sup> Bahrul Aziz, Wawancara Dengan Penulis, PT Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

syariah pembiayaan (produk yang mengcover pembiayaan pada bank syariah). Kedua, melalui pelatihan terhadap karyawan terkait kegiatan operasional perusahaan. Pelatihan di Asuransi Al Amin ini dilakukan secara mingguan dan juga tahunan, meliputi pelatihan presentasi dan teknik perhitungan premi. Ketiga, *mapping area*. Kegiatan ini dilakukan untuk kepentingan pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah terkait wilayah pemasaran. Keempat, Pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi.<sup>110</sup>

4. Strategi pengembangan produk asuransi syariah yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung adalah dengan melihat kondisi pasar, mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan. Tujuannya untuk meningkatkan pendapatan dan mandiri.<sup>111</sup>
5. Hasil wawancara dengan Yogi sebagai marketing *manajer* menyatakan bahwa Penerapan strategi inovasi produk dilakukan dengan melakukan hubungan kerjasama dengan korporasi atau lembaga yang memang belum melakukan hubungan kerjasama dengan kantor pusat. Diantara seperti BPRS, BMT dan lembaga pendidikan.<sup>112</sup>
6. Hasil wawancara yang telah dilakukan Ibu Endang sebagai *marketing suport* menuturkan bahwa dalam kegiatan operasional pelaksanaannya kita telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan semampu kita kepada

---

<sup>110</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> Yogi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019



nasabah. Namun, kita juga tidak dapat memungkiri jika masih ada nasabah yang kurang puas dengan pelayanan yang telah kita berikan.<sup>113</sup>

7. Dalam penuturan Bpk Cani selaku administrasi korwil “kualitas merupakan prinsip perusahaan yang harus selalu dijalankan, terlepas itu adalah segi sumber daya manusia maupun produk yang kami miliki”.<sup>114</sup>
8. “Di sisi biaya sebelum perusahaan melakukan segala sesuatu, semua telah diperhitungkan terutama dari sisi biaya yang harus dikeluarkan. Namun, dalam hal ini kita tidak menekankan pada biaya rendah untuk mencapai keuntungan yang tinggi.”<sup>115</sup>
9. Menurut Ibu Dita selaku administrasi cabang “kualitas adalah hal utama bagi kita. Hal ini terlihat dari jumlah karyawan yang kita miliki, dimana dalam perekrutan karyawan kami sangat memperhatikan kualitas yang dimiliki seseorang guna menunjang kegiatan operasional perusahaan”.<sup>116</sup>

#### **J. Hasil wawancara Peserta Asuransi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung**

1. Secara umum, dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh beberapa peserta asuransi diantaranya Sellin Maysela, Sukayin, Wiki Fatmala, Ratna, Titin Hartini, Meri Puspita, Yunita, Nugroho, Silfiya, Chandra, Septi Indah Sari pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung, sebagian

---

<sup>113</sup> Endang, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 13 Maret 2019

<sup>114</sup> Cani, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 13 Maret 2019

<sup>115</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 12 Maret 2019

<sup>116</sup> Dita, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 13 Maret 2019

besar nasabah menyatakan bahwa produk yang telah dipasarkan oleh perusahaan telah sesuai dengan kebutuhan saat ini. alasannya karena biaya premi yang tidak terlalu besar serta banyaknya kemungkinan risiko yang dapat terjadi kapanpun.<sup>117</sup> Namun, ada pula nasabah yang belum merasakan bahwa produk tersebut sesuai dengan kebutuhannya dikarenakan masih termasuk baru menjadi bagian dari peserta asuransi di PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung.<sup>118</sup> Disisi lain ada juga yang beranggapan telah sesuai, namun nasabah beranggapan akan lebih baik jika perusahaan mengeluarkan produk yang tidak hanya mengcover jiwa tetapi kerugian juga.<sup>119</sup>

2. Berdasarkan hasil wawancara mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung, secara umum sebagian besar peserta asuransi merasa puas dan beranggapan bahwa pelayanan yang telah diberikan perusahaan baik, dimana mereka menyatakan bahwa pelayanan karyawan ramah, cara kerja cepat, tidak ribet, serta tidak harus datang ke kantor saat ada keperluan yang perlu ditanyakan.<sup>120</sup> Ada juga beberapa nasabah yang tidak merasakan langsung kualitas pelayanan yang diberikan karyawan dan staff dikarenakan jarang

---

<sup>117</sup> Sellin Maysela, Sukayin, Wiki Fatmala, Ratna, Meri Puspita, Yunita, Mugroho, Chandra, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

<sup>118</sup> Titin Hartini, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

<sup>119</sup> Silfiya, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

<sup>120</sup> Sellin Maysela, Sukayin, Wiki Fatmala, Titin Hartini, Meri Puspita, Chandra, Septi Indah Sari, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

atau bahkan belum pernah datang secara langsung ke kantor yang terkait.<sup>121</sup> Nasabah yang belum merasa puas pun ada yaitu Silfiya yang bekerja sebagai salah satu karyawan di Universitas Polinela, alasannya karena setiap datang ke kantor ia harus menunggu cukup lama.<sup>122</sup>

3. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh penulis kepada nasabah PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung diantaranya Sellin Maysela, Sukayin, Wiki Fatmala, Ratna, Titin Hartini, Meri Puspita, Yunita, Nugroho, Silfiya, Chandra, Septi Indah Sari menyatakan bahwa semua nasabah terkait telah merasa percaya menjadi peserta di perusahaan tersebut. Alasannya karena perusahaan adalah perusahaan berbasis syariah, merupakan perusahaan besar dan telah lama berdirinya, serta produk dan harga premi sesuai dengan kebutuhan.
4. Secara umum sebagian nasabah dari PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung telah merasa puas namun belum merasa terbantu dengan hadirnya produk asuransi syariah yang digunakan oleh nasabah saat ini. hal ini dikarenakan selama menggunakan produk tersebut peserta asuransi yang bersangkutan belum pernah terjadi suatu musibah yang menyebabkan nasabah mengajukan klaim kepada perusahaan terkait. Namun, bagi Bpk Sukayin yang pernah mengajukan klaim produk asuransi syariah yang digunakan dari perusahaan tersebut sangat memuaskan dan membantu .<sup>123</sup>

---

<sup>121</sup> Ratna, Nugroho, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

<sup>122</sup> Silfiya, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

<sup>123</sup> Sukayin, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 15 Maret 2019

## BAB IV

### ANALISIS PENELITIAN

#### A. Strategi Pengembangan SDM Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung

Pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh sebuah instansi atau perusahaan guna meningkatkan kompetensi atau kemampuan sumber daya manusia yang dimiliki mencapai efektifitas kerja sesuai yang diinginkan. Sumber daya manusia merupakan aset yang sulit diperdagangkan atau ditiru yang dapat memberikan keunggulan kompetitif terhadap perusahaan secara berkelanjutan.

Dalam perspektif islam manusia merupakan makhluk yang diciptakan sebagai hamba yang semata-mata mengabdikan diri kepada Allah. Manusia adalah khalifah di muka bumi yang berkewajiban untuk mengelola bumi, sebagaimana tertera dalam surah Al-Baqarah: 30 sebagai berikut.

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّىْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةًۭۙ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِىْهَا مَنْ يُّفْسِدُ فِىْهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَۗ قَالَ اِنِّىْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿ۙ۝۳۰﴾

Artinya: “ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada Para Malaikat: “Sesungguhnya aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi.” mereka berkata: “Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, Padahal Kami Senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?” Tuhan berfirman: “Sesungguhnya aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui.” (Q.S. Al-Baqarah:30)

Berdasarkan ayat di atas dijelaskan bahwa Allah menciptakan manusia dengan tujuan menjadikan manusia sebagai khalifah yang mengelola bumi, meraih keselamatan dan kemaslahatan dunia akhirat. Manusia sebagai khalifah di muka bumi memiliki tanggung jawab dalam memakmurkan dan mengurus bumi secara baik. Maka dalam hal ini manusia memiliki peran penting dan kebermanfaatannya terhadap keberlangsungan hidup di muka bumi. Sama halnya dalam suatu perusahaan, manusia sebagai sumber daya yang sangat penting bagi perusahaan memiliki peranan yang penting dalam mengelola operasional perusahaan secara baik sesuai dengan syariat Islam.

Pentingnya peranan sumber daya manusia dalam mencapai kemaslahatan sesama manusia pun memiliki peran penting dalam menghadapi persaingan secara baik dan kompetitif bagi perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas adalah dasar bagi perusahaan dalam memperoleh keunggulan kompetitif yang disebabkan oleh perubahan lingkungan yang selalu menciptakan tantangan-tantangan baru dalam suatu organisasi atau perusahaan. Dengan adanya tantangan yang semakin kompleks, maka hal ini menuntut perusahaan untuk terus melakukan manajemen sumber daya manusia yang memadai dan mampu bersaing. Salah satu cara yang dapat ditempuh oleh perusahaan agar SDM yang dimiliki memiliki kemampuan yang mampu diandalkan adalah melalui pengembangan-pengembangan sumber daya manusia.

Dalam rangka mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif atau bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya perusahaan PT. Asuransi

Jiwa Syariah Al Amin terus melakukan pengembangan terhadap sumber daya manusia yang dimiliki. Alasan perusahaan melakukan pengembangan-pengembangan SDM disebabkan karena pengetahuan karyawan yang dimiliki masih minim mengenai seluk beluk asuransi syariah baik terkait dengan produk-produk asuransi syariah maupun akad-akad yang digunakan terkait dengan pelaksanaan dan operasional asuransi syariah. Kurangnya pengetahuan karyawan akan asuransi syariah disebabkan oleh latar belakang setiap karyawan yang berbeda-beda dan tidak sesuai dengan *basic* ekonomi syariah.

Sebab faktor di atas, maka untuk dapat terus meningkatkan keunggulan dalam bersaing PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin melakukan berbagai pengembangan SDM yang mendorong kinerja operasional perusahaan dengan baik. Adapun strategi yang digunakan dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif antara perusahaan-perusahaan lainnya melalui pengembangan sumber daya manusia yang dimiliki yaitu melalui penetapan strategi bersaing peningkatan kualitas dalam pengembangan sumber daya manusia. Peningkatan kualitas kepada karyawan ataupun sdm yang dimiliki dilakukan melalui metode pelatihan-pelatihan guna meningkatkan keterampilan ataupun pengetahuan karyawan. Peningkatan kualitas merupakan suatu proses sistematis yang terus menerus dalam meningkatkan mutu atau kualitas baik kualitas pelayanan yang diberikan maupun kualitas produk yang ditawarkan. Kualitas pelayan adalah serangkaian aktivitas dan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan kualitas produk yaitu keseluruhan jasa atau barang yang dihasilkan perusahaan

dimana produk tersebut telah benar-benar siap ditawarkan serta sesuai dengan harapan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dilihat dari segi kualitas pelayanan maupun kualitas produk, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin sangat memperhatikan dan memprioritaskan kualitas baik dari sisi pelayanan maupun produk yang diberikan. Para karyawan dan staff perusahaan telah berusaha semaksimal mungkin memberikan pelayanan terbaik kepada para relasi dan nasabah dari perusahaan tersebut. Segala bentuk pelayanan mulai dari pendaftaran sebagai peserta asuransi hingga pelayanan ketika terjadi suatu klaim pada peserta asuransi telah berusaha dilakukan dengan baik dan cepat. Meskipun demikian, dalam hal ini perusahaan tidak memungkiri apabila dalam pelayanan yang diberikan masih belum sesuai dengan keinginan nasabah. Ketidakpuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan karyawan dapat disebabkan karena kelalaian nasabah dalam memberikan pelayanan terbaik. Hal ini dijelaskan karyawan dan pegawai juga manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan dalam proses pelayanan tersebut, ujar Bapak Zakwan. Oleh sebab itu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif, beliau menyebutkan beberapa strategi pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh perusahaan dalam menunjang operasional perusahaan. Beberapa strategi tersebut adalah sebagai berikut.<sup>124</sup>

---

<sup>124</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019



1. Pengembangan kompetensi kepada karyawan mengenai penguasaan produk inti yang dimiliki perusahaan.

Pengembangan kompetensi ini dilakukan oleh perusahaan melalui pemberian pengetahuan lebih kepada para karyawan mengenai produk inti yang dimiliki perusahaan, sehingga para karyawan benar-benar menguasai produk maupun akad terkait produk inti tersebut. Produk inti yang dimiliki oleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin adalah produk syariah pembiayaan. Produk ini adalah produk unggulan perusahaan ujar Bapak Zakwan. Dimana pada produk ini berkaitan dengan pembiayaan pada bank-bank syariah sehingga perusahaan menjalin hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga perbankan. Disisi lain penerapan strategi ini bertujuan untuk menciptakan SDM berbasis syariah yang sesuai dengan standar sebagai acuan. Penerapan strategi ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hevi Prima Yunita mengenai “Strategi pengembangan SDM berbasis kompetensi dalam meningkatkan kinerja karyawan di BMT Pahlawan Tulung Agung”, dimana ia menyebutkan bahwa pengembangan SDM berbasis syariah dapat dilakukan melalui pemberian kompetensi melalui motivasi kepada karyawan guna meningkatkan kemampuan dan pengetahuan terkait dengan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan.

2. Pelatihan

Pelatihan merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan keahlian-keahlian, pengetahuan,

pengalaman maupun perubahan sikap seorang karyawan atau individu. Pelatihan pada perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dilakukan secara mingguan dan juga tahunan. Dalam pelatihan ini para karyawan dan staff perusahaan diberikan pelatihan melalui presentasi serta pelatihan terhadap sistem perhitungan yang digunakan perusahaan.

Dalam pelatihan presentasi biasanya dilakukan untuk meningkatkan hubungan kedekatan antar sesama karyawan. Hal ini karena di dalam kegiatan presentasi dilakukan diskusi selama ceramah sehingga hal ini dapat meningkatkan umpan balik dan partisipasi sesama karyawan. Hal ini sejalan dengan teori Veitzhal Rivai bahwa pengembangan SDM dapat dilakukan melalui kegiatan presentasi kelas atau presentasi video dengan tujuan memberikan umpan balik antar sesama karyawan. Sedangkan dalam pelatihan sistem perhitungan, biasanya dilakukan pelatihan kepada karyawan mengenai sistem perhitungan yang digunakan perusahaan seperti sistem perhitungan premi. Hal ini dilakukan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan karyawan akan perhitungan yang digunakan perusahaan, sehingga karyawan yang bersangkutan mampu menguasai hal tersebut.

Pelatihan-pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawan biasanya tidak hanya dilakukan di dalam lingkup perusahaan tersebut, tetapi juga dilakukan di luar perusahaan atau dengan strategi rotasi. Dimana pelatihan ini dapat diberikan dengan cara memindahkan peserta pelatihan dari tempat kerja satu ketempat kerja yang lain. Hal tersebut dilakukan agar karyawan mampu mendapatkan variasi kerja.

### 3. *Maping Area*

*Mapping area* merupakan suatu strategi pemetaan dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin menerapkan strategi ini memungkinkan untuk keperluan dalam hal manajemen teknologi perusahaan. *mapping area* atau pemetaan wilayah ini biasanya diimplementasikan dengan menggunakan sebuah program yang secara otomatis dapat memberikan informasi-informasi berupa data terkait dengan area tersebut. Tujuan perusahaan menerapkan strategi ini dalam pengembangan sumber daya manusia adalah untuk meningkatkan pemahaman karyawan dalam operasional perusahaan terkait dengan wilayah pemasaran perusahaan. Dengan adanya penguasaan akan pemetaan wilayah tersebut sangat memungkinkan untuk memudahkan dalam proses pemasaran produk, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah asuransi. Selain itu, dengan penguasaan yang mendalam juga dapat memudahkan dalam proses menyangkut pengambilan keputusan terhadap masalah-masalah yang dihadapi pada wilayah berkaitan, serta memudahkan perusahaan dalam menganalisis dan mengidentifikasi produk yang tepat untuk dipasarkan di wilayah tersebut.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam menerapkan strategi *mapping area* ini lebih banyak menekankan pada proses pemasaran produk asuransi yang dimiliki perusahaan. Dimana dengan mengetahui kondisi wilayah terkait pemasaran, perusahaan dapat lebih mudah dalam memutuskan produk apa yang tepat dan dibutuhkan oleh wilayah *marketing* tersebut.

Dalam pelaksanaannya strategi *mapping area* yang ditetapkan oleh perusahaan sebagai salah satu strategi dalam pengembangan SDM merupakan strategi yang murni ditetapkan perusahaan tanpa mengadopsi dari teori yang ada ataupun penelitian terdahulu terkait pengembangan SDM.

#### 4. Pendekatan Hubungan Dengan Karyawan dan Relasi

Pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi adalah suatu strategi pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin melalui pendekatan emosional antara atasan kepada karyawan serta para karyawan kepada relasi atau nasabah asuransi. Pendekatan ini dilakukan dengan tujuan dapat menciptakan hubungan yang harmonis antar sesama karyawan maupun dengan relasi yang terkait. Dengan adanya hubungan yang baik antar sesama karyawan diharapkan menciptakan suasana kerja yang menyenangkan serta menciptakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Melalui suasana kerja yang menyenangkan tersebut, maka secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas kerja yang maksimal dan sesuai dengan harapan perusahaan.

Selain hal tersebut, hubungan yang baik dengan berbagai relasi perusahaan serta nasabah asuransi PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin juga akan menciptakan dampak positif terhadap perusahaan. Salah satu dampak positifnya yaitu terciptanya hubungan yang baik antara perusahaan dan relasi, sehingga akan meningkatkan kepercayaan para relasi kepada perusahaan dan terus menggunakan produk jasa yang ditawarkan

perusahaan. Kepercayaan yang tinggi dari para relasi dan nasabah asuransi secara tidak langsung sangat memungkinkan meningkatkan penjualan produk, karena dengan adanya promosi mulut ke mulut dari para nasabah mengenai perusahaan dapat meningkatkan image perusahaan di mata masyarakat yang berdampak baik bagi perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin.

Melalui pengembangan dan pelatihan yang diberikan perusahaan kepada karyawan dan staffnya mengenai kualitas yang diberikan oleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, rata-rata nasabah asuransi telah merasa puas dan percaya dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan. Dimana berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh beberapa nasabah pada perusahaan tersebut yang salah satunya adalah Titin Hartini yang menyatakan bahwa “ *saya merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan perusahaan selama menjadi peserta asuransi di perusahaan tersebut. Pelayanan yang diberikan tidak pernah mengecewakan, dimana setiap kali saya datang ke kantor PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin semua karyawan ramah dan sangat membantu ketika ada kesulitan yang dihadapi. Begitupun dengan produk yang ditawarkan, meskipun selama menjadi peserta belum terjadi klaim, namun dengan biaya premi yang tidak terlalu tinggi hal itu sangat membantu.*”<sup>125</sup>

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah disampaikan beberapa nasabah melalui wawancara yang telah dilakukan dengan penulis, dimana sebagian besar nasabah merasakan pelayanan yang baik dari perusahaan sangat

---

<sup>125</sup> Titin Hartini, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 03 April 2019

memungkinkan jika perusahaan mampu unggul dibanding dengan perusahaan asuransi lainnya. Hal ini karena perusahaan telah mengantongi atau memperoleh kepercayaan yang penuh dari para nasabah dan relasi serta *image* yang baik di masyarakat. Meskipun demikian, pengembangan SDM berbasis syariah yang memenuhi standar harus terus dilakukan oleh perusahaan guna kepentingan dalam operasional perusahaan yang berkelanjutan.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin juga tidak memungkiri bahwa dalam proses pengembangan sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan memiliki kendala yang menghambat proses pengembangan tersebut. Kendala tersebut tidak lain adalah berasal dari karyawan itu sendiri. Dimana kesadaran masing-masing karyawan masih sangat kurang untuk terus menggali ilmu mengenai asuransi syariah secara mandiri. Karyawan hanya mengandalkan pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh perusahaan saja. Sehingga untuk dapat memahami asuransi syariah secara mendalam membutuhkan proses yang cukup panjang dan memakan waktu.

## **B. Strategi Pengembangan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung**

Sejak berdirinya berbagai lembaga keuangan syariah di Indonesia khususnya lembaga asuransi syariah yang semakin berkembang pesat setiap tahunnya, menuntut setiap perusahaan asuransi syariah untuk terus melakukan pengembangan-pengembangan dan inovasi agar terus dapat bersaing serta mempertahankan keunggulannya dibanding dengan lembaga lainnya.

Begitupun dengan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin juga tidak mau kalah dan tertinggal dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini telah dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang telah didapatkan oleh perusahaan sejak beroperasinya perusahaan pada tahun 2010. Oleh karena itu, untuk terus dapat bersaing dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin siap untuk terus melakukan pengembangan dan inovasi, baik dari sisi sumber daya manusia maupun produk yang dipasarkan.

Pada suatu organisasi produk merupakan barang sangat yang penting bagi perusahaan, maka pemilik usaha dalam membuat produknya harus berlandaskan pada syariat Islam. Sehingga produk yang dibuat harus memenuhi kehalalan, standarisasi mutu, bermanfaat, dan dibutuhkan manusia. Selain itu, dalam memasarkan produk tidak boleh mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh syariat islam seperti riba karena dapat mengakibatkan terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak. Sebagaimana dijelaskan dalam surah Ali Imran: 130 tentang keharaman riba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.”* (Q.S. Ali Imran:130)

Ayat di atas menjelaskan mengenai keharaman *riba* dalam segala aspek kehidupan, termasuk di dalamnya mengenai produk lembaga keuangan syariah. Apapun bentuk produk keuangan, baik itu asuransi, tabungan, deposito, investasi, dan bentuk lainnya, selama didalamnya terdapat *Riba*, praktek



*Maysir*, maupun *Gharar*, maka sebaiknya hal tersebut ditinggalkan. Umat Islam senantiasa dituntun untuk mencari rezeki dari sumber yang halal, dengan cara yang halal, dan pergunakanlah rezeki itu untuk hal-hal yang dihalalkan serta diridhoi oleh Allah SWT dan Rasul-Nya.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam melakukan pengembangan produk dipengaruhi oleh beberapa alasan yang mengharuskan perusahaan terus melakukan inovasi-inovasi produk. Sebagaimana telah dikatakan oleh Bapak Zakwan selaku kepala cabang diantara beberapa alasan tersebut yaitu semakin tingginya tingkat persaingan dengan hadirnya lembaga-lembaga asuransi baru yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, dan juga kebutuhan masyarakat semakin tinggi untuk menggunakan produk asuransi yang disediakan perusahaan. Selain itu, keinginan perusahaan cabang untuk mandiri dan tidak selalu ketergantungan dengan perusahaan pusat juga menjadi faktor dan alasan perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin cabang lampung terus melakukan inovasi produk. Dengan demikian, melihat kondisi tersebut perusahaan berupaya menciptakan inovasi baru terhadap produk yang dimiliki agar tetap diterima di lingkungan masyarakat dan sekitarnya.<sup>126</sup>

Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dimulai dengan melihat kondisi pasar dan indentifikasi terhadap kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi. Setelah perusahaan berhasil dan mengetahui langkah yang harus dilakukan untuk menciptakan output, maka pengembangan-pengembangan produk dilakukan

---

<sup>126</sup> Zakwan Efendi, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019

semaksimal mungkin agar produk mudah diterima oleh masyarakat luas dan mampu lebih baik dibanding dengan produk lembaga lainnya.

Berbagai jenis produk yang telah dimiliki oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin diantaranya yaitu produk pembiayaan, *at ta'min* badal arafah, *at ta'min* perjalanan, *at ta'min* kecelakaan kerja, *at ta'min* siswa, al amin tabungan arafah, serta produk *at ta'min* pegawai.

Dalam mencapai tujuan dan target-target yang telah direncanakan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin memiliki strategi pengembangan produk yang cukup baik. Adapun strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam mengembangkan produk asuransi syariah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yaitu melalui modifikasi produk serta inovasi produk yang dikembangkan dari produk yang telah dimiliki perusahaan melalui riset dan pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan sendiri. Dimana dalam pengembangan ini perusahaan berusaha mengembangkan produk-produk yang telah dimiliki berdasarkan kebutuhan dan perkembangan teknologi saat ini. Hal ini dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin agar produk-produk yang dimiliki tersebut tetap diterima masyarakat dan pasar seiring dengan perkembangan zaman serta teknologi yang semakin pesat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulita Sari mengenai strategi pengembangan produk pada lembaga keuangan syariah. Dimana dalam hasil penelitian keduanya menyatakan bahwa salah satu cara yang dilakukan untuk mengembangkan produk pada PT BPRS Mitra Agro Usaha yaitu dengan

mengembangkan produk-produk yang sudah ada, seperti pada produk titipan ataupun produk dibidnag penyaluran dana.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada Bpk. Zakwan Efendi selaku pimpinan Cabang PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang menyebutkan bahwa “ produk unggulan yang dimiliki oleh perusahaan adalah produk syariah pembiayaan, dimana dalam hal ini perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin berkerja sama langsung dengan lembaga keuangan perbankan baik bank umum maupun BPRS”.<sup>127</sup> Oleh karena itu, dalam melakukan Pengembangan produk yang telah ada perusahaan banyak melakukan pengembangan pada produk pembiayaan, dimana PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin tidak hanya menerima asuransi pada satu jenis pembiayaan. Akan tetapi, perusahaan membagi produk pembiayaan ini menjadi beberapa bentuk diantaranya pembiayaan pegawai aktif, pembiayaan pensiun, pembiayaan dana talangan haji, pembiayaan kepemilikan rumah, pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor, pembiayaan usaha kecil (mikro) pembiayaan *linkage*. Selain itu, pada produk individu perusahaan melakukan pengembangan seperti produk *at ta'min* siswa yang mana dengan adanya produk tersebut semua kalangan dapat mengasuransikan jiwanya sebagai bentuk jaga-jaga jika ada musibah yang akan menimpa di masa yang akan datang. Dalam memasarkan pengembangan produk *at-ta'min* siswa ini perusahaan melakukan hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga pendidikan. Salah satu lembaga yang telah melakukan hubungan kerjasama dengan perusahaan yaitu Universitas Polinela.

---

<sup>127</sup> *Ibid.*

Semua usaha tersebut dilakukan oleh perusahaan semata-mata untuk mempermudah para mitra dari PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin khususnya lembaga perbankan serta calon peserta asuransi yang hendak mendaftar sebagai peserta asuransi. Selain itu, dengan banyaknya produk yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dan terus melakukan pengembangan produk yang telah ada tersebut digunakan untuk menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasa asuransi yang telah disediakan oleh perusahaan. Dari semua produk yang dimiliki oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin tersebut banyak masyarakat serta lembaga perbankan yang terbantu karena dengan adanya produk yang disediakan tersebut baik masyarakat atau lembaga perbankan tidak perlu merasa khawatir jika suatu saat terjadi musibah yang menimpa. Dengan kepercayaan yang telah didapat oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dari masyarakat dan lembaga perbankan selama ini, maka sangat memungkinkan jika PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan asuransi lainnya baik konvensional maupun syariah dan dapat terus meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Disisi lain, dalam melakukan pengembangan produk asuransi, Asuransi Al Amin sangat memperhatikan tingkat standarisasi produk yang sesuai dengan syariat islam. Dimana sebelum produk yang dikembangkan mendapatkan izin resmi dari Dewan Syariah Nasional (DSN), produk tersebut tidak akan dipasarkan kepada masyarakat. Hal tersebut dilakukan oleh perusahaan semata-mata untuk menjalankan prinsip syariat islam yang dianut oleh

perusahaan, yaitu prinsip perlindungan yang amanah dan keadilan sebagaimana 4 sifat Rasulullah SAW *siddiq, amanah, fathonah, dan tabliqh*.

Prinsip amanah dijelaskan amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan prima dan *ihsan* (berupaya menghasilkan yang terbaik) dalam segala hal. Dalam syariat islam Allah melarang manusia untuk berbuat khianat terhadap amanah yang dipikulnya, sebagaimana firmanNya dalam surah Al- Anfaal: 27 sebagai berikut:

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*”.(Q.S. Al-Anfaal:27)

Sesuai dengan ayat di atas, amanah merupakan salah satu etika dalam suatu bisnis. Dimana orang yang diberi amanah atau dalam hal ini adalah perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Al Amin harus menjaga amanah yang telah diberikan peserta asuransi kepadanya. Perusahaan harus mampu mengelola iuran premi yang telah dibayarkan peserta asuransi secara baik dan benar sesuai syariat islam. Dalam hal ini termasuk etika dalam produk yaitu *ihsan* (berupa menghasilkan yang terbaik) yaitu dengan menjaga kualitas dari produk yang dipasarkan sehingga mampu menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang di konsumsi. Pada pelaku perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung telah berupaya menghasilkan yang terbaik dengan memasarkan produk yang berkualitas baik, bermanfaat, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, perusahaan juga telah berusaha menjaga

amanah yang diberikan para peserta dengan mengelola dana premi secara baik untuk keperluan *ta'awun* (tolong-menolong).

Pada Prinsip keadilan dijelaskan bahwa islam melarang *bai'al-gharar* (jual beli yang tidak jelas sifat-sifat barang yang ditransaksikan) karena mengandung unsur ketidakjelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi. Gharar disini dapat berupa gharar dalam hal sighat akad ataupun dalam hal produk yang ditawarkan. Berdasarkan teori tersebut termasuk dalam etika produk yaitu menjual barang-barang yang jelas sifat, bentuk dari produk yang dipasarkan. Pada Asuransi Jiwa Syariah Al Amin prinsip keadilan dijalankan dengan melakukan transaksi atas produk yang jelas bentuk, wujud serta sifatnya. Sehingga melakukan prinsip keadilan dalam produk agar tidak merugikan salah satu pihak dan merasa *terdzolimi*.

Dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif atau sering disebut keunggulan bersaing, strategi bersaing yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan pengembangan produk yang dimiliki adalah sebagai berikut:

#### 1. Strategi kepemimpinan biaya

Kepemimpinan biaya merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan ketika perusahaan ingin menjadi pemimpin pasar berbasis biaya yang rendah dengan pelanggan yang luas. Dalam hal ini perusahaan berusaha meminimalisirkan biaya pada saat proses produksi barang ataupun jasa untuk menghasilkan kuantitas yang lebih banyak.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam meningkatkan keunggulan kompetitif tidak banyak menggunakan strategi kepemimpinan biaya,

dimana perusahaan lebih memperhatikan kualitas keluaran yang dihasilkan dibanding dengan kuantitas yang dihasilkan.

Dalam melakukan pengembangan produk ataupun pengembangan SDM PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin sangat memperhatikan kualitas yang dihasilkan meskipun dengan perhitungan biaya yang tidak kecil. Pada dasarnya kualitas adalah hal penting yang harus dipertahankan untuk terus dapat menggaet kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

## 2. Strategi Diferensial

Tujuan strategi ini pada sebuah perusahaan adalah untuk mendiferensiasikan atau membedakan produk yang ditawarkan perusahaan serta membuat sesuatu yang unik dimata konsumen. Perusahaan yang menggunakan strategi diferensiasi pada perusahaannya untuk meningkatkan keunggulan bersaing haruslah memiliki diferensiasi produk yang membedakan produk mereka dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Diferensiasi produk tersebut dapat berupa keunikan pada produk-produk yang mereka tawarkan kepada masyarakat. Keunikan tersebut dapat dilihat dari kebermanfaatan produk yang ditawarkan serta dicari oleh banyak konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda dengan lainnya di mata konsumen.

PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dalam meningkatkan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi produk telah banyak dilakukan. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya pengembangan-pengembangan dan inovasi produk

yang telah dilakukan oleh perusahaan seperti pada produk syariah pembiayaan serta produk individu.

Inovasi atau pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin tersebut terbilang telah banyak diterima oleh masyarakat serta manfaatnya pun telah banyak dirasakan oleh peserta-peserta asuransi. Hal ini terbukti dari banyaknya hubungan kerjasama yang terjalin antara pihak perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dengan lembaga keuangan lain seperti bank-bank umum maupun BPR. Tidak hanya itu lembaga pendidikan pun telah ada yang menjalin kerjasama dengan perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin salah satunya yaitu Universitas Polinela. “Dimana ditahun ini perusahaan menargetkan akan melakukan hubungan kerjasama dengan beberapa lembaga pendidikan untuk terus meningkatkan keunggulan bersaing” tutur Bapak Zakwan melalui wawancara yang telah dilakukan. Melalui banyaknya hubungan kerjasama yang telah dilakukan oleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin tersebut membuktikan bahwa produk yang telah ditawarkan benar-benar memiliki nilai-nilai kebermanfaatan yang dicari dan dibutuhkan oleh konsumen.

Selain itu, telah diterimanya dan bermanfaatnya produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan tersebut dapat dilihat dari pernyataan peserta asuransi melalui wawancara yang telah dilakukan dengan penulis. Dimana rata-rata peserta asuransi menyatakan bahwa produk-produk yang telah ditawarkan perusahaan tersebut telah banyak membantu dan memiliki



banyak manfaat. Salah satu peserta yaitu Bapak Sukayin selaku karyawan pada Universitas Polinela yang menyatakan bahwa “ produk individu dari perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang telah saya gunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan saat ini, apalagi dengan biaya premi yang tidak terlalu besar dan memberatkan peserta yaitu hanya Rp 50.000 setiap orang per tahunnya”.<sup>128</sup> Namun, ada juga peserta asuransi yang belum merasakan manfaat dari produk asuransi syariah yang dikeluarkan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin tersebut. Meri Puspita Sari salah satu mahasiswi Polinela yang menyatakan bahwa” selama saya menggunakan produk *at ta'min* siswa yang ditawarkan perusahaan ini, saya belum merasakan manfaat dari produk tersebut”. Alasannya mengapa belum merasakan manfaat dari produk tersebut karena selama menggunakan produk tersebut ia belum pernah mengalami klaim yang menyebabkan perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin mengeluarkan sejumlah dana untuk mengganti kerugian atas klaim tersebut, begitulah tuturnya dalam wawancara yang telah dilakukan.<sup>129</sup>

### 3. Strategi Fokus

Strategi ini merupakan strategi bisnis yang berkompetisi pada pasar yang lebih sempit dan hanya menggunakan satu senjata bersaing yang seragam. Perusahaan dengan strategi fokus lebih melayani kebutuhan spesifik pasar.

---

<sup>128</sup> Sukayin, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019

<sup>129</sup> Meri Puspita Sari, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 03 April 2019

Dimana perusahaan dapat memilih salah satu dari strategi berbasis kepemimpinan biaya atau strategi diferensial.

Perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaingnya lebih berfokus pada strategi diferensiasi produk. Hal ini karena pada strategi kepemimpinan biaya perusahaan tidak dapat bersaing dengan pesaing lain dalam industri dengan celah pasar yang luas. Selain itu, melalui strategi diferensiasi tersebut perusahaan dapat bersaing pada celah pasar dan segmentasi pasar yang lebih luas melalui fitur produk, inovasi produk, dan kualitas produk yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan dapat terus meningkatkan keunggulan kompetitif atau bersaingnya dibanding dengan perusahaan-perusahaan asuransi syariah lainnya.

Dalam hal ini, strategi pengembangan produk yang digunakan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin sejalan dengan teori yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler yang menyatakan bahwa pengembangan produk dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu melalui mengakuisisi dengan membeli seluruh perusahaan, sebuah hak paten, atau mengambil lisensi dari produk orang lain. Cara lain adalah melalui pengembangan produk baru dalam departemen riset dan pengembangan perusahaan. Sejalan dengan apa yang telah dikemukakan oleh Kotler tersebut perusahaan melakukan pengembangan produk serta modifikasi produk yang telah ada setelah perusahaan melakukan berbagai pengamatan di pasar dan lingkungan masyarakat.

Sama halnya dengan pengembangan sumber daya manusia yang memiliki kendala, dalam pengembangan produk juga PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin memiliki kendala. Kendala tersebut antara lain pada proses perizinan yang cukup sulit sampai produk tersebut benar-benar siap ditawarkan. Dimana untuk sampai ke titik penawaran produk, produk yang hendak ditawarkan harus benar-benar sesuai syariah menurut Dewan Pengawas Syariah (DSN). Selain masalah perizinan, kendala juga berasal dari pemasaran produk yang terkadang produk tersebut tidak laku dipasaran atau sedikit berminat terhadap produk tersebut.

Berdasarkan kedua pembahasan mengenai strategi pengembangan sumber daya manusia dan pengembangan produk asuransi syariah di atas, maka dalam hal ini tingkat keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin dapat diukur dengan memperhatikan beberapa indikator penting dalam menilai keunggulan bersaing suatu perusahaan. Adapun indikator tersebut adalah:

#### 1. Harga

Telah dijelaskan dalam landasan teori bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atas produk atau jasa yang akan diterima. Dikarenakan perusahaan ini adalah perusahaan asuransi, maka dalam hal ini harga yang dimaksud adalah harga premi yang harus dibayar oleh peserta asuransi kepada perusahaan setiap setahun sekali. Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin terbilang mampu bersaing dengan perusahaan asuransi lainnya. Dimana

untuk harga premi yang harus dibayar peserta ditetapkan sebesar Rp 50.000,00 pada semua jenis produk kecuali pada produk syariah pembiayaan. Dimana untuk premi produk syariah pembiayaan ditetapkan melalui perhitungan-perhitungan sesuai dengan besarnya pembiayaan yang dilakukan nasabah pada bank yang bersangkutan.

Dengan biaya yang relatif murah dan kebermanfaatan yang didapat di masa depan tersebut maka sangat memungkinkan jika perusahaan mampu meningkatkan dan mempertahankan keunggulan bersaing dibanding dengan perusahaan lain.

## 2. Manajemen

Dalam rangka meningkatkan keunggulan kompetitif pada perusahaan, PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin telah menetapkan sistem manajemen yang baik. Tidak hanya pada sumber daya manusia yang dimiliki, namun dari segi produk yang dimiliki juga telah dimanfaatkan dengan baik oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung. Misalnya dalam hal manajemen sumber daya manusia, perusahaan telah memberikan pengembangan-pengembangan kepada karyawannya sehingga karyawan perusahaan benar-benar menguasai setiap seluk beluk perasuransian syariah sesuai dengan bagian-bagiannya. Dalam hal peningkatan kualitas, seperti kualitas pelayanan perusahaan selalu memberikan arahan-arahan sehingga setiap peserta asuransi dan nasabah merasa puas dengan kinerja perusahaan. disisi lain dalam hal perekrutan karyawan PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung benar-benar memperhatikan kualitas kemampuan

yang dimiliki calon karyawan. Hal ini dilakukan agar senantiasa tidak menghambat kinerja dalam proses operasional perusahaan.

Sama halnya dalam hal manajemen produk yang dimiliki, pengembangan terus dilakukan oleh perusahaan agar produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Khususnya pada produk inti serta produk unggulan yang dimiliki perusahaan yaitu pada produk syariah pembiayaan. Pengembangan-pengembangan pada produk ini terus dilakukan sesuai dengan kebutuhan serta produk-produk yang ada di lembaga perbankan syariah. Hal ini terbukti dari banyaknya relasi atau hubungan kerjasama yang dijalin oleh perusahaan. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dengan lembaga perbankan syariah di Lampung.

### 3. Keuntungan

Keuntungan atau laba merupakan total keseluruhan pendapatan yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi oleh semua beban-beban operasional. Dalam hal ini keuntungan yang diperoleh perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung menunjukkan kenaikan sejak tahun 2013-2015. Namun di tahun berikutnya hingga tahun 2017 menunjukkan suatu penurunan. Adapun hal tersebut dapat terlihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.1**  
**laba bersih PT Asuransi Jiwa Syariah AL Amin Bandar**  
**Lampung (Juta Rupiah)**

Tahun	2013	2014	2015	2016	2017
Laba Neto	4.219,21	4.781,02	5.875,57	5.657,86	4.005,76

*Sumber: Laporan Keuangan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung*

Dari data di atas menunjukkan jelas bahwa terjadi penurunan yang signifikan pada jumlah laba bersih yang diperoleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung di tahun 2016 dan 2017. Penurunan ini disebabkan oleh penegelolaan dana yang masih kurang baik pada perusahaan yang menyebabkan terjadinya penurunan pada pendapatan operasional ditahun 2016 dan 2017. Disisi lain hal ini juga disebabkan oleh wilayah pemasaran yang luas, namun dengan kantor pemasaran yang kurang untuk wilayah-wilayah yang jauh untuk dijangkau. Maka dari itu dengan adanya penurunan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan perlu melakukan pembenahan lebih lanjut disisi SDM maupun produk yang dimiliki dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaingnya.

#### 4. Posisi dan Tempat

Secara geografis PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung telah memiliki posisi dan tempat yang cukup strategis. Dimana kantor perusahaan berada di keramaian kota serta dekat dengan pusat perbelanjaan dan letaknya yang berada langsung dipinggir jalan sangat memudahkan untuk dijangkau masyarakat. Dengan kelebihan tersebut menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan untuk terus unggul dalam hal persaingan kedepannya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dimana penulis melakukan analisis mengenai strategi pengembangan sumber daya manusia dan pengembangan produk pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

##### 1. Strategi Pengembangan SDM Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif

Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung

Seiring dengan semakin berkembangnya persaingan di dunia lembaga keuangan syariah khususnya asuransi syariah, maka untuk dapat terus bersaing dan unggul PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung menerapkan beberapa strategi pengembangan SDM dalam rangka meningkatkan kualitas SDM serta persaingan dengan perusahaan lainnya.

Dalam hal ini keunggulan kompetitif yang ditawarkan perusahaan melalui SDM yang dimiliki yaitu pada kualitas pelayanan. Dimana dalam operasionalnya perusahaan sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada para nasabah. Adapun strategi yang digunakan perusahaan dalam rangka peningkatan kualitas tersebut adalah sebagai berikut:

##### a. Pengembangan kompetensi karyawan mengenai produk inti perusahaan.

dalam hal ini karyawan diberikan wawasan atau pengetahuan lebih mendalam mengenai produk inti yang dimiliki perusahaan, baik dari mulai dari produk maupun akad terkait produk tersebut.

- b. Pelatihan. Pelatihan kepada karyawan diberikan oleh perusahaan secara mingguan serta tahunan. Dalam pelatihan ini karyawan dan staff diberikan pelatihan presentasi serta pelatihan mengenai teknik perhitungan yang digunakan perusahaan.
  - c. *Mapping area*. *Mapping area* dilakukan dengan tujuan agar karyawan benar-benar memahami serta menguasai wilayah terkait pemasaran perusahaan, selain itu bertujuan untuk mempermudah dalam pengambilan keputusan terkait permasalahan yang dihadapi wilayah tersebut dan analisis produk yang tepat untuk dipasarkan wilayah tersebut.
  - d. Pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi. Strategi ini diterapkan dengan tujuan mampu menghasilkan karyawan ataupun relasi yang loyalitas terhadap perusahaan. Dengan adanya hubungan yang harmonis, maka dapat menciptakan suasana kerja yang menyenangkan dan secara tidak langsung akan meningkatkan kualitas kerja yang baik.
2. Strategi Pengembangan Produk Asuransi Syariah Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung
- Strategi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung dalam mengembangkan produk yang dimiliki yaitu dengan cara modifikasi produk serta inovasi produk yang dikembangkan dari produk yang telah dimiliki perusahaan melalui riset dan pengembangan yang dilakukan oleh perusahaan sendiri. Dimana melalui pengembangan tersebut keunggulan kompetitif yang ditawarkan perusahaan melalui produk yang



dimiliki yaitu melalui diferensiasi produk yang membedakan dengan perusahaan lainnya. Pengembangan ini dilakukan seperti pada produk syariah pembiayaan. Perusahaan membagi produk ini menjadi beberapa bentuk diantaranya pembiayaan pegawai aktif, pembiayaan pensiun, pembiayaan dana talangan haji, pembiayaan kepemilikan rumah, pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor, pembiayaan usaha kecil (mikro), serta pembiayaan *linkage*. Selain itu, pada produk individu perusahaan juga melakukan pengembangan dengan mengeluarkan produk *at ta'min* siswa melalui hubungan kerjasama dengan lembaga pendidikan.

Semua usaha tersebut dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung semata-mata untuk mempermudah dan memperbanyak mitra antara perusahaan dengan nasabah. Selain itu, baik pengembangan produk maupun SDM dilakukan untuk terus meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan, karena tanpa adanya pengembangan tersebut perusahaan akan kalah dengan perusahaan lainnya.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis menyarankan perlu kiranya mendapat perhatian dan pertimbangan terkait strategi pengembangan SDM dan pengembangan produk pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung. Dimana diperlukan pengelolaan yang lebih baik lagi baik dari sisi SDM maupun produk, sehingga perusahaan mampu memaksimalkan perolehan laba atau keuntungan. Hal ini dikarenakan perolehan keuntungan pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin

Bandar Lampung belum begitu maksimal. Maka dari itu diperlukan pengelolaan yang lebih baik lagi agar perusahaan mampu unggul dalam bersaing. Selain itu, diperlukan juga jalinan kerjasama yang lebih banyak lagi dengan lembaga-lembaga pendidikan sehingga manfaat dari produk yang telah dikeluarkan benar-benar dapat dirasakan oleh semua kalangan. Disamping itu juga dapat memperluas jaringan pemasaran dan hubungan kerjasama yang dapat dirasakan juga manfaatnya bagi perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Fahmi, Irham. *Kewirausahaan Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.
- Huda, Nurul, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010.
- Indrawan, Rully, Poppy Yuniarti. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran*, Bandung: Refika Aditama, 2014.
- Kadarisman, Muhammad. *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler, Philip, Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Mardallis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008).
- Mathis, Robert. L, John H. Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia Buku 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2002.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.
- Pandia, Frianto, Elly Santi Ompusunggu, Achmad Abror, *Lembaga Keuangan*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009
- Persalim, Yenny Salim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporet*, Modern English Press, 1999.
- Rivai Zainal, Veithzal, dkk. *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017.
- Rivai, Veitzhal, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan Dari Teori Ke Praktik* Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Rowley, Chris & Keith Jackson, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Rajawali Pres, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Sunarto. *MSDM Strategik*, Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004.

Syakir Sula, Muhammad. *Asuransi Syariah (life And General) Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani Pers, 2004.

### **JURNAL & SKRIPSI**

Alkurni, Wais, Sri Zuliarni, “Analisis Proses Pengembangan Produk Baru Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bisnis”. *Jurnal Jom FISIP*, Vol. 1 No. 2, Oktober 2014.

Athifa Arifin, Meuthiya. “Pengembangan produk-Produk Keuangan Mikro Syariah” *Jurnal Equilibrium*, Vol. 2 No.1, Juni 2014.

Dirgantoro, Crown. *Manajemen Strategik* (Jakarta: PT Grasindo, 2001), h. 159, mengutip Fahmi Rahmat Hidayat, “Analisis Strategi Pengembangan Produk BMT UMJ Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing” Skripsi Program Sarjana Ilmu Muamalat Konsentrasi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016.

Hidayat, Arif. “Strategi Pengembangan Produk BMT Al-Fath Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing” (Skripsi Program Sarjana Ilmu Muamalat Konsentrasi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011).

Nahdah, Najmatun. “Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus di Pondok Pesantren Hidayatullah Balikpapan)”, Tesis Program Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2017.

Nuruddin, Amiur, “SDM Berbasis Syariah” *Jurnal Tsaqafah*, Vol. 6 No. 1, April 2010.

Prima Yunita, Hevi. “Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Tulungagung”, Skripsi Program Sarjana Ilmu Perbankan Syariah IAIN Tulung Agung, Tulung Agung, 2018.

Rukiah. "Strategi Pengembangan SDM Syariah Menghadapi Pasar Global". *Jurnal At-Tijarah*, Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2015.

Sari, Yulita. "Strategi pengembangan produk Pada Bank Syariah Dalam meningkatkan Kualitas pembiayaan Murabahah Studi Pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung" Skripsi Program Sarjana Ilmu Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2017.

Surya Wijaya, Wirawan, Ronny H. Mustamu, "Analisis Pengembangan Produk Pada Perusahaan Tepung Terigu di Surabaya". *Jurnal Agora*, Vol. 1 No. 1 2013.

## **WAWANCARA**

Efendi, Zakwan. Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 30 Januari 2019.

Endang. Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019

Hartini, Titin. Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 03 April 2019

Puspita Sari, Meri. Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 03 April 2019

Sukayin, Wawancara Dengan Penulis, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, Bandar Lampung, 02 April 2019

## **INTERNET**

Website Resmi Asuransi Jiwa Syariah Al Amin: [www.alamin.co.id](http://www.alamin.co.id)

Website Resmi OJK: [www.ojk.co.id](http://www.ojk.co.id)



## **PANDUAN WAWANCARA PT . ASURANSI JIWA SYARIAH AL**

### **AMIN**

1. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan SDM pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?
2. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan produk pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?
3. Bagaimana strategi pengembangan SDM dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?
4. Bagaimana strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?
5. Bagaimana penerapan strategi inovasi produk pada perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing/kompetitif?
6. Apakah dalam kegiatan operasionalnya karyawan dan staf perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah?
7. Apakah dalam mencapai dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan sangat memperhatikan dan memprioritaskan kualitas baik dalam sisi SDM maupun produk ?
8. Apakah dalam penerapan strategi kepemimpinan biaya perusahaan mampu meminimalisirkan biaya pada saat proses pengembangan SDM dan pengembangan produk?
9. Apakah dalam proses pengembangan SDM dan produk perusahaan lebih mengutamakan kuantitas ataukah kualitas hasil yang dikeluarkan?

## **PANDUAN WAWANCARA NASABAH**

1. Apakah produk yang telah dikeluarkan perusahaan telah sesuai dengan kebutuhan Bpk/Ibu?
2. Apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik selama Bpk/Ibu menjadi peserta asuransi pada perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin?
3. Apakah Bpk/Ibu sangat mempercayai terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan dan tetap terus ingin menjadi peserta asuransi pada perusahaan tersebut?
4. Apakah Bpk/Ibu telah merasa puas dan terbantu dengan produk perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang Bpk/Ibu gunakan saat ini?





## Hasil Wawancara PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung

1. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi pengembangan SDM pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?

Jawaban: Faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan pengembangan sumber daya manusia pada karyawan perusahaan yaitu pengetahuan karyawan yang masih minim mengenai produk-produk asuransi syariah ataupun akad-akad terkait pelaksanaan operasional perusahaan seperti akad dan produk terkait bank syariah. Hal ini dikarenakan latarbelakang pendidikan karyawan yang berbeda-beda dan tidak sesuai dengan *basic* ekonomi syariah. (Bahrul Azis)

2. Faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan produk pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?

Jawaban: Tingginya tingkat persaingan dengan hadirnya lembaga-lembaga asuransi baru yang menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk, dan juga kebutuhan masyarakat semakin tinggi untuk menggunakan produk asuransi yang disediakan perusahaan. (Zakwan Efendi)

3. Bagaimana strategi pengembangan SDM dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?

Jawaban: Strategi umum pengembangan SDM yang digunakan perusahaan dalam meningkatkan persaingan diantaranya yaitu pertama, melakukan pengembangan kompetensi karyawan akan penguasaan produk inti. Produk inti yang dimaksud adalah produk unggulan perusahaan yaitu produk syariah pembiayaan (produk yang mengcover pembiayaan pada bank

syariah). Kedua, melalui pelatihan terhadap karyawan terkait kegiatan operasional perusahaan. Pelatihan di Asuransi Al Amin ini dilakukan secara mingguan dan juga tahunan, meliputi pelatihan presentasi dan teknik perhitungan premi. Ketiga, *mapping area*. Kegiatan ini dilakukan untuk kepentingan pengambilan keputusan dan penyelesaian masalah terkait wilayah pemasaran. Keempat, Pendekatan hubungan dengan karyawan dan relasi. (Zakwan Efendi)

4. Bagaimana strategi pengembangan produk dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung?

Jawaban: Strategi pengembangan produk asuransi syariah yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Bandar Lampung adalah dengan melihat kondisi pasar, mengembangkan produk yang sudah ada sesuai dengan kebutuhan. Tujuannya untuk meningkatkan pendapatan dan mandiri. (Zakwan Efendi)

5. Bagaimana penerapan strategi inovasi produk pada perusahaan dalam meningkatkan keunggulan bersaing?

Jawaban: Penerapannya disini dengan melakukan hubungan kerjasama dengan korporasi atau lembaga yang memang belum melakukan hubungan kerjasama dengan kantor pusat. Diantara seperti BPRS, BMT dan lembaga pendidikan. (Yogi)

6. Apakah dalam kegiatan operasional karyawan dan staff perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah?

Jawaban: Dalam pelaksanaannya kita telah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dan semampu kita kepada nasabah. Namun, kita juga tidak dapat memungkiri jika masih ada nasabah yang kurang puas dengan pelayanan yang telah kita berikan. (Endang)

7. Apakah dalam mencapai dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan sangat memperhatikan dan memprioritaskan kualitas dalam sisi SDM maupun produk?

Jawaban: ya tentu saja, bagi kami kualitas merupakan prinsip perusahaan yang harus selalu dijalankan, terlepas itu adalah segi sumber daya manusia maupun produk yang kami miliki. (Cani)

8. Apakah dalam menerapkan strategi kepemimpinan biaya perusahaan mampu meminimalisir biaya pada saat proses pengembangan SDM dan produk?

Jawaban: Sebelum kami melakukan segala sesuatu, semua telah diperhitungkan terutama dari sisi biaya yang harus dikeluarkan. Namun, dalam hal ini kita tidak menekankan pada biaya rendah untuk mencapai keuntungan yang tinggi. (Zakwan Efendi)

9. Dalam pengembangan SDM dan produk kuantitas atau kualitas yang dikeluarkan yang lebih diprioritaskan perusahaan?

Jawaban: kualitas adalah hal utama bagi kita. Hal ini terlihat dari jumlah karyawan yang kita miliki, dimana dalam perekrutan karyawan kami sangat memperhatikan kualitas yang dimiliki seseorang guna menunjang kegiatan operasional perusahaan. (Dita)

## Hasil wawancara Peserta Asuransi PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin

### Bandar Lampung

1. Apakah produk yang telah dikeluarkan perusahaan telah sesuai dengan kebutuhan Bpk/Ibu?

Jawaban Narasumber

Sellin Maysela : “ya menurut saya sudah sesuai dan telah memuaskan juga produk yang saya gunakan”.

Sukayin : “produk individu dari perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang telah saya gunakan benar-benar sesuai dengan kebutuhan saat ini, apalagi dengan biaya premi yang tidak terlalu besar dan memberatkan peserta yaitu hanya Rp 50.000 setiap orang per tahunnya”.

Wiki Fatmala : “Menurut saya sesuai mengingat kemungkinan risiko yang tidak diinginkan bisa kapan saja terjadi”.

Ratna : “ untuk mahasiswi seperti saya, produk ini cukup sesuai dengan kebutuhan saya. Karena risiko apapun dan kapan pun bisa saja terjadi kepada saya, jadi dengan produk ini mungkin akan dapat membantu kedepannya”.

Titin Hartini : “ya sangat sesuai menurut saya. Tapi alangkah baiknya lagi jika perusahaan jg mengeluarkan produk yang tidak hanya mengcover jiwa tetapi jg kerugian lain”.

Meri puspita. S : “ iya sesuai, apalagi dengan biaya premi yang tidak memberatkan peserta asuransi”.

Yunita : “mengingat banyak kemungkinan risiko terjadi kepada saya selaku pengendara motor, jadi produk yang saya gunakan cukup sesuai untuk kebutuhan saya yang kesehariannya tidak lepas dari keramaian kendaraan”.

Nugroho : “iya sangat sesuai dengan kebutuhan saya saat ini. apalagi dengan risiko pekerjaan saya yang cukup tinggi, jadi produk ini benar-benar saya butuhkan”.

Silfiya : “karena saya termasuk baru menjadi peserta asuransi di perusahaan tersebut, jadi saya belum mengetahui secara pasti apakah produk ini benar-benar sesuai dengan kebutuhan saya saat ini”.

Chandra.P : iya sesuai, mengingat saya risiko kapan saja bisa terjadi dan menimpa diri saya”.

Septi Indah Sari : “saya rasa cukup sesuai dengan kebutuhan, apalagi premi yang harus saya bayar tidak begitu besar”.

2. Apakah perusahaan telah memberikan kualitas pelayanan yang baik selama Bpk/Ibu menjadi peserta asuransi pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin?

Jawaban Narasumber

Sellin Maysela : “sejauh yang saya rasa selama menjadi peserta asuransi pada perusahaan ini, pelayanan yang diberikan sudah cukup baik. Dimana karyawan perusahaan terkait ramah kepada nasabah”.

Sukayin : “pelayanan yang diberikan menurut saya baik, karyawan perusahaan selalu memberikan pelayanan dengan baik kepada saya ”.

Wiki Fatmala : “kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan menurut saya sudah cukup baik, cara kerja dalam proses pengajuan polis cepat”.

Ratna : “ karena saya sangat jarang datang secara langsung ke kantor ataupun perusahaannya, saya tidak mengetahui secara jelas kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dan staff di perusahaan tersebut”.

Titin Hartini : “secara pelayanan yang diberikan oleh karyawan maupun staff pada perusahaan tersebut, bagi saya sudah cukup memuaskan. Dimana ketika ada hal yang perlu ditanyakan saya tidak harus pergi ke kantor yang bersangkutan, namun bisa dilakukan melalui layanan telepon”.

Meri puspita. S : “iya sudah cukup baik, proses pendaftaran sebagai peserta cepat, tidak ribet dan memberikan penjelasan secara jelas produk yang dimiliki”.

Yunita : “pelayanan yang diberikan perusahaan sudah cukup baik, namun alangkah baiknya jika perusahaan menambah kantor cabang agar tidak terlalu jauh saat ada keperluan di kantor”.

Nugroho : “karena saya belum pernah datang secara langsung ke perusahaan terkait, jadi saya tidak tahu bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut kepada nasabahnya”.

Silfiya : “Belum terlalu memuaskan, karena setiap saya kesana saya harus menunggu cukup lama ”.

Chandra.P : “iya sudah cukup baik dan memuaskan, meskipun karyawannya sedikit tetapi proses kerjanya cukup cepat dan tepat”.

Septi Indah Sari : “menurut saya sudah cukup baik, dimana saya tidak harus datang ke kantor secara langsung saat ada keperluan yang ingin saya tanyakan”.

3. Apakah Bpk/Ibu sangat mempercayai pelayanan yang diberikan perusahaan dan tetap terus ingin menjadi peserta asuransi pada perusahaan tersebut?

Jawaban Narasumber

Sellin Maysela : “ya saya sangat percaya dan ingin terus menjadi peserta asuransi tersebut, karena premi tidak terlalu tinggi dan sangat dibutuhkan”.

Sukayin : “ya tentu saya percaya, jika tidak mungkin saat ini saya tidak menjadi peserta asuransi pada perusahaan tersebut dan kemungkinan saya akan tetap menjadi peserta di perusahaan tersebut kedepannya”.

Wiki Fatmala : “ya saya percaya dengan perusahaan tersebut, mengingat perusahaan tersebut murni berbasis syariah dan sudah banyak bekerja sama dengan bank-bank syariah”.

Ratna : “ iya tentu saya percaya apalagi perusahaan sudah berdiri cukup lama dan produk yang ditawarkan juga sesuai kebutuhan saya”.

Titin Hartini : “iya saya percaya dengan perusahaan tersebut, mengingat perusahaan ini merupakan perusahaan yang cukup besar dan memiliki beberapa cabang”.

Meri puspita. S : “iya saya percaya dengan pelayanan perusahaan ini, apalagi status perusahaan adalah asuransi berbasis syariah”.

Yunita : “saya percaya dengan perusahaan Al Amin ini, bahkan saya sudah menjadi peserta perusahaan asuransi ini kurang lebih 3 tahun”.

Nugroho : “iya, saya percaya dengan pelayanan yang diberikan, mengingat perusahaan tersebut bukan lagi perusahaan kecil”.

Silfiya : “ya saya percaya dengan pelayanan disini, namun untuk kedepannya saya belum tahu apakah akan selalu menjadi peserta disini atau akan mencoba pada perusahaan lain”.

Chandra.P : “saya sangat percaya, dan kemungkinan akan tetap menjadi peserta asuransi di perusahaan ini kedepannya”.



Septi Indah Sari : “ya, saya sangat percaya karena ini merupakan asuransi syariah”.

4. Apakah Bpk/Ibu telah merasa puas dan terbantu dengan produk perusahaan PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin yang Bpk/Ibu gunakan saat ini?

Jawaban Narasumber

Sellin Maysela : “untuk kepuasan saya cukup puas, namun untuk terbantu saya belum tahu karena belum pernah ada klaim”.

Sukayin : “saya sudah cukup puas dan terbantu dengan adanya produk asuransi yang saya gunakan ini, dimana saya terbantu pada saat saya memperoleh musibah”.

Wiki Fatmala : “saya sudah cukup puas dengan apa yang disediakan perusahaan, tetapi karena saya tidak pernah terjadi klaim jadi saya belum merasakan manfaatnya”.

Ratna : “ya saya sudah merasa cukup puas dengan segala pelayanan maupun produk perusahaan tersebut. Tetapi saya belum merasa terbantu ”.

Titin Hartini : “saya merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan selama saya menjadi peserta asuransi di perusahaan tersebut, dimana pelayanan tidak pernah mengecewakan”.

Meri puspita. S : “selama saya menggunakan produk at ta'min siswa yang ditawarkan perusahaan ini, saya belum merasakan manfaat dari produk tersebut. Alasannya karena selama

menggunkan produk tersebut saya belum pernah mengalami klaim yang menyebabkan mengeluarkan sejumlah dana untuk mengganti kerugian atas klaim tersebut”.

Yunita : “saya sudah merasa cukup puas, tetapi saya belum merasa terbantu dengan menggunakan produk tersebut untuk saat ini”.

Nugroho : “ya, saya merasa cukup puas dan juga merasa sedikit terbantu dengan produk yang saya gunakan dari perusahaan tersebut”.

Silfiya : “kalau puas saya cukup puas dengan pelayanan ataupun produk perusahaan ini, namun belum merasa terbantu karena saat ini belum pernah ada klaim”.

Chandra.P : “saya merasa sangat puas dengan segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan”.

Septi Indah Sari : “saya sudah merasa cukup puas dengan kehadiran produk yang disediakan perusahaan begitun dengan pelayanan yang diberikan, tetapi selama menjadi peserta asuransi saya belum merasakan manfaat dari produk yang saya gunakan tersebut”.

## DOKUMENTASI WAWANCARA



