

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam setiap bidang usaha tentu selalu ada yang namanya kegiatan pemasaran, baik usaha berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Kemudian juga dalam rangka menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan tentu memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Ada beberapa tujuan suatu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran antara lain yaitu memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa, memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa, memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya, meningkatkan penjualan dan laba, dan ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.¹ Sebagai ujung tombak perusahaan, promosi atau pemasaran merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini terjadi di setiap lembaga keuangan yang berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Salah satu tujuan promosi sebuah lembaga keuangan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Bagi dunia perasuransian yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelanggannya akan terpenuhi.

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2000, hlm. 153-154.

Dalam agama Islam, Asuransi disebut juga *Al-kafalah* (*Guaranty*) yaitu jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin. Dasar hukum untuk akad memberi kepercayaan dapat dipelajari dalam Al-Qur'an pada bagian yang mengisahkan Nabi Yusuf sebagai berikut:

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ ﴿٧٢﴾

Artinya: *Penyeru-penyeru itu berseru, "Kami kehilangan piala raja dan barang siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh makanan (seberat) beban unta dan aku menjamin terhadap-Nya."* (Q.S. Yusuf: 72)²

Kata *za'im* yang berarti penjamin dalam surat Yusuf tersebut adalah *gharim*, orang yang bertanggung jawab atas pembayaran. Landasan syari'ah dari pemberian fasilitas dalam bentuk jaminan *kafalah* dipertegas dalam hadits Rasulullah sebagai berikut:³

أَبِي بَجْنَزَةَ أُخْرَى فَقَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى عَلَيْهَا قَالَ هَلْ عَلَيْهِ دَيْنٌ قِيلَ نَعَمْ قَالَ فَهَلْ تَرَكَ شَيْئًا قَالُوا ثَلَاثَةَ دَنَانِيرٍ فَصَلَّى عَلَيْهَا ثُمَّ أُتِيَ بِالثَّلَاثَةِ فَقَالُوا صَلَّى عَلَيْهَا قَالَ هَلْ تَرَكَ شَيْئًا قَالُوا لَا قَالَ فَهَلْ عَلَيْهِ دَيْنٌ قَالُوا ثَلَاثَةَ دَنَانِيرٍ قَالَ صَلُّوا عَلَيَّ صَاحِبِكُمْ قَالَ أَبُو قَتَادَةَ صَلَّى عَلَيْهِ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَعَلَيَّ دَيْنُهُ فَصَلَّى عَلَيْهِ

Artinya: *"Telah dihadapkan kepada Rasulullah saw. (mayat seorang laki-laki untuk dishalatkan).. Rasulullah saw. Bertanya "apakah dia mempunyai warisan" para sahabat menjawab, "tidak". Rasulullah bertanya lagi, "apakah dia mempunyai utang" sahabat menjawab "ya, sejumlah tiga dinar". Rasulullah pun menyuruh sahabatnya untuk menshalatkannya (tetapi beliau sendiri tidak). Abu Qatadah lalu berkata, "saya menjamin utangnya, ya Rasulullah". Maka Rasulullah pun menshalatkan mayat tersebut."* (HR Bukhari no.2127, kitab Al-Hawalah)⁴

² Al-Qur'an Surat Yusuf Ayat 72, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Departemen Agama Republik Indonesia, Jakarta, 2007, hlm. 244.

³ Nurul Ihsan Hasan, *Perbankan Syariah*, Referensi (GP Press Group), Jakarta, Cet. Ke-1, 2014, hlm. 148.

⁴ HR. Al Bukhari (no.2127), kitab *Al-Hawalah*.

Jasa perasuransian dalam tata kehidupan ekonomi rumah tangga dibutuhkan dalam menghadapi risiko keuangan yang timbul sebagai akibat datangnya kematian pada anggota ekonomi rumah tangga yang menimbulkan masalah bagi yang ditinggalkan dan risiko atas harta benda yang dimiliki. Jasa perasuransian dalam dunia bisnis dibutuhkan dalam menghadapi berbagai resiko yang dapat mengganggu kegiatan usaha bisnis tersebut. Jasa perasuransian akan semakin berkembang apabila pelaku ekonomi mikro (rumah tangga) maupun pelaku ekonomi makro (dunia bisnis dan pemerintah) mempunyai keinginan yang semakin meningkat untuk mengurangi kemungkinan timbulnya kerugian yang belum diketahui secara pasti di masa mendatang melalui usaha perasuransian. Usaha perasuransian merupakan salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang menjanjikan perlindungan kepada pihak tertanggung (pihak yang mengasuransikan sesuatu) agar apabila terjadi sesuatu dengan yang diasuransikan tersebut di masa mendatang, pihak tertanggung akan memperoleh uang untuk mengganti (mengurangi) kerugian yang terjadi dari pihak penanggung (lembaga asuransi).⁵ Terdapat beberapa macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan asuransi dalam menarik nasabah baru, salah satunya adalah *personal selling* (penjualan pribadi).

Di daerah Kudus terdapat perusahaan asuransi yang menggunakan salah satu bentuk pemasaran dengan sistem *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransinya yaitu PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus. Adapun salah satu produknya yang menarik adalah produk MNC Konservatif Syariah yaitu produk investasi pada instrumen pendapatan tetap dan pasar uang berbasis syariah dengan tingkat pengembalian yang relatif stabil dan resiko moderat dalam jangka pendek dan menengah.

Dari latar belakang di atas penulis ingin melakukan penelitian tentang pelaksanaan sistem *personal selling* dalam perusahaan asuransi tersebut dengan mengangkat judul yang dapat diteliti yaitu

⁵ Subagiyo, et.al. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Bagian Penerbitan STIE YKPN, Yogyakarta, 2002, hlm. 136.

“Analisis Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus”

B. Fokus Penelitian

Pada dasarnya, penelitian kualitatif tidak dimulai dari sesuatu yang kosong, akan tetapi dilakukan berdasarkan persepsi seseorang terhadap adanya masalah. Dan batasan masalah dalam penelitian kualitatif disebut fokus penelitian.⁶ Fokus penelitian memuat rincian tentang cakupan atau topik-topik pokok yang akan diungkap atau digali dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis memfokuskan pada penelitian tentang Pelaksanaan *Personal Selling* (penjualan pribadi) yang dilaksanakan oleh agen PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus dalam meningkatkan penjualan polis asuransi pada produk MNC Konservatif Syariahnya. Baik mulai dari langkah-langkah pemasaran sampai pada hasil dari pemasaran tersebut.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data. Dari pemaparan latar belakang sebelumnya maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus?
2. Apa saja Kelebihan dan Kelemahan sistem *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus?
3. Bagaimana Peran Sistem Pemasaran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus?

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D*, Alfabeta, Bandung, 2010, hlm. 285-286.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data atau bahan yang berkaitan dengan permasalahan serta dapat mengetahui *personal selling* dan pengaruhnya dalam meningkatkan penjualan polis Asuransi pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Proses Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.
2. Untuk mengetahui apa saja Kelebihan dan Kelemahan sistem *Personal Selling* dalam Penjualan Polis Asuransi Produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.
3. Untuk mengetahui Peran Sistem Pemasaran *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi produk MNC Konservatif Syariah di PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi bagi semua pihak tertentu di antaranya:

1. Manfaat Akademis
 - a. Mengembangkan wawasan keilmuan dan dapat bermanfaat bagi Ilmu Ekonomi Islam yang terdapat pada Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi.
 - b. Sebagai bahan dasar untuk penelitian selanjutnya dalam Ekonomi Islam, khususnya mengenai Pelaksanaan *Personal Selling* dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus, Jawa Tengah.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian ini, penulis berharap agar dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen agar lebih melihat dan mempunyai respon dalam memilih asuransi.

- b. Dalam penelitian ini, diharapkan agar dapat memberikan bahan referensi skripsi bagi mahasiswa, khususnya bagi mahasiswa Jurusan Syariah (Ekonomi Islam).
- c. Bagi penulis, penelitian ini berguna untuk menambah serta memperluas wawasan keilmuan dan pemahaman penulis mengenai Pelaksanaan *Personal Selling* dalam meningkatkan Penjualan Polis Asuransi pada PT. MNC Life Assurance Cabang Kudus, Jawa Tengah.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang penulis susun:

1. Bagian Awal

Bagian muka ini, terdiri dari halaman judul, persetujuan pembimbing, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman abstrak, halaman daftar isi, daftar gambar dan daftar lampiran.

2. Bagian isi, meliputi:

Pada bagian ini memuat garis besar terdiri dari lima bab, antara bab 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab itu adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisi tinjauan tentang *personal selling*, tinjauan tentang kelebihan dan kelemahan *personal selling*

asuransi syariah, peranan *personal selling* dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah, hasil penelitian terdahulu, kerangka berfikir.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini memuat tentang rancangan penelitian berisi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, tehnik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan analisis data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi data, analisis data serta implikasi penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.

3. Bagian akhir meliputi : daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan, dan lampiran-lampiran.

