

**ANALISIS TINGKAT PERSAINGAN PT. ASURANSI
TAKAFUL KELUARGA YOGYAKARTA**

***Analysis Of The Level Competitive PT. Takaful Keluarga Insurance
Yogyakarta***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dari Program Studi Ekonomi Islam



Disusun Oleh :

Idam Qudratuloh

14423237

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Idam Qudratuloh
NIM : 14423237
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Tingkat persaingan PT. Asuransi Takaful
Keluarga Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 15 Maret 2018



Idam Qudratuloh



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gd. K.H.A. Wahid Hasyim Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Yogyakarta
Telp. (0274) 898462, Fax. 898463, E-Mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 4 April 2018
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta
Disusun oleh : IDAM QUDRATULOH
Nomor Mahasiswa : 14423237

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.
Penguji I : Yuli Andriansyah, SE, MSI
Penguji II : Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 9 April 2018

Dekan,

Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA



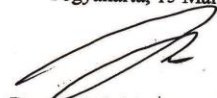
REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Idam Qudratuloh
NIM : 14423237
Judul Skripsi : Analisis Tingkat persaingan PT. Asuransi Takaful
Keluarga Yogyakarta

menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Maret 2018



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE.,MM

Yogyakarta, 15 Maret 2018

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 3299/Dek/60/DAS/FIAI/III/2017 tanggal 23 Oktober 2017 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Idam Qudratuloh

Nomor/Pokok NIMKO : 14423237

Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam

Tahun Akademik : 2017/2018

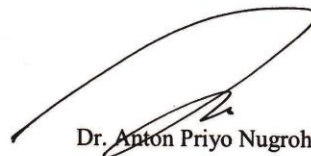
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Atas hidayah dan rahmad yang diberikan, kasih sayang-Mu yang tak terhingga telah memberikanku kekuatan dan atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan dan dengan ridho-Mu akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW.

Saya persembahkan karya ini kepada orang yang sangat saya sayangi:

Kedua Orang tuaku ucapkan terimakasih yang tidak terhingga atas segala dukungan, do'a, kasih sayang, dan support yang diberikan selama ini.

Kakak – kakaku yang selalu memberikan dukungan serta doa yang diberikan selama ini sehingga padat termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan menjadi pribadi yang lebih baik.

Teman-teman dikampus maupun diluar kampus yang selalu ada di saat suka dan duka, dan yang selalu mendukung dalam segala kondisi, terimakasih banyak semoga Allah membalas kebaikan kalian, Amin.

Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar dan semangat memberikan pengarahan dan bimbingan, terima kasih atas waktu dan tenaganya

HALAMAN MOTTO

“Dengan mata hati-lah kebenaran terlihat; hal – hal penting tak tampak di mata”

Antoine de Saint – Exupery

The Little Prince

ABSTRAK

ANALISIS TINGKAT PERSAINGAN PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA YOGYAKARTA

IDAM QUDRATULOH
14423237

Perkembangan industri asuransi konvensional maupun syariah di Indonesia terus meningkat di setiap tahunnya. Dengan terus berkembangnya asuransi di Indonesia, maka tentu akan ada persaingan dalam merebutkan pangsa pasar yang sangat potensial. Untuk merespon persaingan tentu suatu perusahaan perlu mengetahui dimana posisi perusahaannya dalam persaingan industri. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian tentang tingkat persaingan yang terjadi di PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan analisis lima kekuatan porter untuk posisi PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam bersaing melalui lima faktor persaingan yaitu Persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman masuknya pendatang baru, kekuatan daya tawar konsumen, kekuatan daya tawar pemasok dan ancaman produk pengganti. Kemudian dilakukan evaluasi dengan menggunakan Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) untuk mengetahui kemampuan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam menghadapi peluang dan ancaman serta untuk mengetahui kemampuan dalam memanfaatkan kekuatan dan kelemahan. Setelah dilakukan evaluasi kemudian dilakukan analisis etika bisnis islam untuk mengetahui kesesuaiannya dengan etika bisnis islam. Hasil analisis matriks EFE dan matriks IFE didapatkan nilai 2,640 dan 2,666. Hal ini menunjukkan bahwa respon perusahaan terhadap lingkungan eksternal dan internal perusahaan berada di atas rata – rata 2,5 dari skala 1 sampai 4.

Kata Kunci : Asuransi; Lima Kekuatan Porter; Matriks EFE; Matriks IFE; Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE LEVEL COMPETITIVE PT. TAKAFUL KELUARGA INSURANCE YOGYAKARTA

IDAM QUDRATULOH
14423237

Developing Insurance Industry Conventional and Sharia in Indonesia continues to increase in each year. With the continuous development of insurance in Indonesia, there will certainly be competition in seizing a very potential market share. To respond to the competition of a company needs to know where the position of his company in industrial competition. Therefore, the authors do research on the level of competition that occurred in PT. Takaful Keluarga Insurance Yogyakarta. In this research using five forces analysis for position PT. Takaful Keluarga Insurance Yogyakarta in the competition through the five porter of competition, namely Competition between similar companies, the threat of entry of newcomers, the bargaining power of consumers, the bargaining power of suppliers and the threat of replacement products. Then evaluated by using External Factor Evaluation Matrix (EFE) and Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix to know the ability of PT. Takaful Family Insurance Yogyakarta in facing opportunities and threats and to know the ability to take advantage of strengths and weaknesses. After the evaluation then conducted ethical analysis of Islamic business to know its compatibility with business ethics in Islam. The result of EFE matrix analysis and IFE matrix obtained values 2, 640 and 2, 666. This shows that the company's response to the external and internal environment of the company is above average 2.5 a scale of 1 to 4.

Keywords : Insurance; Five Forces Porter; EFE Matrix; IFE Matrix; Islamic Business Ethics

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 th. 1987
Nomor: 0543b/u/1987
TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi arab-latin merupakan salah satu program penelitian puslitbang lektur agama, badan litbang agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi arab-latin memang dihajatkan oleh bangsa indonesia karena huruf arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama islam berikut penjelasannya (al-qur'an dan hadis), sementara bangsa indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat islam di indonesia yang merupakan mayoritas bangsa indonesia, transliterasi arab-latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah puslitbang lektur agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, seminar nasional pembakuan transliterasi arab-latin tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) h.sawabi ihsan ma, 2) ali mudah, 3) prof. Gazali dunia, 4) prof. Dr. H.b. Jassin, dan 5) drs. Sudarno m.ed.

Dalam pidato pengarahannya tanggal 10 maret 1986 pada seminar tersebut, kepala litbang agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan menteri agama kabinet pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional. Pedoman transliterasi arab-latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantudalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan islam di indonesia. Umat islam di indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat islam di indonesia.

Badan litbang agama, dalam hal ini puslitbang lektur agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi arab-latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari arab ke latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat islam indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman transliterasi arab-latin baku yang dikuatkan dengan suatu surat keputusan menteri agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. transliterasi arab-latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya.

Prinsip pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi arab-latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan ejaan yang disempurnakan.
2. Huruf arab yang belum ada padanannya dalam huruf latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan pedoman transliterasi arab-latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi arab-latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

ء	Hamza h	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa arab, seperti vokal bahasa indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
— َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. Huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
... َ ي	Fathah dan ya	Ai	A dan i
... ُ و	Fathah dan wau	Au	A dan u

Contoh:

كَتَبَ

kataba

فَعَلَ fa'ala

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
... اَ ا	Fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
... ي	Kasrah dan ya	I	I dan garis di

			atas
و...	Hammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh:

قَالَ qāla

رَمَى ramā

قِيلَ - qīla

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu"ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

- raudah al-atfāl

- raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ

- al-madīnah al-munawwarah

- al-madīnatul-munawwarah

طَلْحَةُ

- talhah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-hajj
نُعِمَ	- nu''im

6. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
الشَّمْسُ	- as-syamsu
الْقَلَمُ	- al-qalamu
الْبَيْعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila

hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuẓūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-khalīl
	Ibrāhīm al-khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti
	manistatā'a ilaihi sabīla
	Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti
	manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital

seperti apa yang berlaku dalam eyd, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru ramadān al-laẓī unzila fīh al- qur'ānu Syahru ramadān al-laẓī unzila fīhil qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk allah bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada kita semua. Selanjutnya shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi dan Rasul kita Muhammad SAW, kepada segenap keluarganya, sahabatnya serta umatnya sepanjang masa.

Dengan taufiq dan hidayah Allah SWT, penulis bersyukur, telah menyelesaikan skripsi sebagai tugas akhir yang berjudul **Analisis Tingkat Persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta** dengan baik. Laporan ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini telah berusaha dengan segala daya dan upaya guna meyelesaikannya. Namun tanpa bantuan dari berbagai pihak penyusunan ini tidak mungkin dapat terwujud. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada mereka yang telah banyak memberi sumbangan kepada penulis dalam rangka penyusunan laporan ini, mereka adalah :

1. Bapak Nandang Sutrisno, S.H., M.Hum., LL.M., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Tamyiz Mukharam, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

4. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho., SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar dan semangat memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan laporan ini sehingga tercapai hasil yang baik, terima kasih atas waktu dan tenaganya.
5. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis, semoga kemanfaatan ilmu yang diberikan dapat terus mengiringi penulis sampai akhir hayat.
6. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan pelayanan baik dan memberikan kemudahan dalam urusan administratif yang berkaitan dengan penyelesaian laporan ini.
7. Kepada seluruh pihak PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta yang telah bersedia mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian. Semoga hasil dari penelitian ini bermanfaat.
8. Kedua orang tua yang sangat saya hormati dan sayangi yang melimpahkan segala kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada penulis, serta telah memberikan *support*, motivasi hingga kebutuhan materi demi kelancaran penulisan laporan ini. Terima kasih atas dukungan, doa dan kasih sayangnya.
9. Teruntuk kakak – kakakku yang selalu memberikan dukungan moril maupun dukungan materil sehingga dapat menyelesaikan laporan ini.
10. Teman – temanku baik di kampus maupun diluar kampus yang selalu memberikan penyemangat, motivasi dan pengalaman.
11. Semua pihak yang telah memberikan sumbang kasih berupa motivasi, semangat, kritik, saran, dan doanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala baikan yang kita berikan kepada orang lain akan berbalik pada diri kita di suatu hari nanti.

Dengan kerendahan hati, penyusun mohon maaf kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata karena kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri.

Semoga setiap jengkal langkah yang kita perbuat, setiap tetes keringat yang jatuh untuk menjalankan kegiatan ini diberikan ganjaran yang setimpal oleh Allah SWT. Semoga Allah SWT tetap meridhoi kita. Semoga Allah tetap meridhoi UII Amiin.

Yogyakarta, 14 Maret 2018

Penulis

Idam Qudratuloh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xix
DAFTAR ISI.....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR GRAFIK.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Landasan Teori.....	12
1. Pengertian Asuransi.....	12
2. Lima Kekuatan Porter.....	15
3. Analisis Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	18
4. Analisis Matriks <i>Inxternal Factor Evaluation</i> (IFE).....	19
5. Etika Bisnis Islam.....	20
6. Persaingan Usaha.....	22
C. Kerangka Berpikir.....	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Desain Penelitian.....	25
B. Lokasi, Waktu dan Pengorganisaian Penlitian.....	25
C. Jenis dan Sumber Data.....	26
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV. ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Analisis Lima Kekuatan Porter.....	37
1. Persaingan Antara Perusahaan Sejenis.....	37
2. Ancaman Masuknya Pendetang Baru.....	38
3. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen.....	38
4. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok/ <i>Supplier</i>	39
5. Ancaman Produk Subtitusi/ Penganti.....	40
C. Analisis Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	41
D. Analisis Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	45
E. Analisis Etika Bisnis Islam.....	48
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel.1 Matriks EFE.....	28
Tabel.2 Instrumen Penelitian Eksternal.....	29
Tabel.3 Matriks IFE.....	30
Tabel.4 Instrumen Penelitian Internal.....	31
Tabel.5 <i>Paired Comparison</i>	33
Tabel.6 Hasil Matriks EFE.....	41
Tabel.7 Hasil Matriks IFE.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1. Kerangka Berpikir.....	24
----------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Asuransi menurut Kitab Undang – undang Hukum Dagang KUHD pasal 246 ayat 2 yaitu suatu perjanjian atau kesepakatan dimana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seseorang tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepada yang tertanggung karena suatu kerusakan, kerugian atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan diderita oleh seseorang tertanggung karena suatu peristiwa yang tidak tertentu.

Dewasa ini industri asuransi di Indonesia berkembang menuju arah yang positif. Dari sisi aset, terjadi pertumbuhan dalam lima tahun terakhir. Data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan total aset industri asuransi mencapai Rp 584,02 triliun pada 2012. Sementara pada akhir 2016, asetnya meningkat signifikan menjadi Rp 968,92 triliun. Penetrasi dan densitas asuransi juga terlihat semakin meningkat tinggi. Dimana Penetrasi asuransi mengilustrasikan perkembangan asuransi di Indonesia jika dibandingkan dengan perkembangan terhadap produk domestik bruto (PDB). Sedangkan densitas mengilustrasikan pengeluaran rata-rata penduduk Indonesia untuk asuransi dalam setahun. (Kompas.com, 2017).

Data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat lebih dari 137 perusahaan asuransi konvensional yang terdiri dari perusahaan asuransi umum, perusahaan asuransi jiwa, perusahaan reasuransi, perusahaan yang menyediakan asuransi wajib dan asuransi sosial, 52 perusahaan asuransi dan unit usaha yang menyelenggarakan prinsip syariah, 168 perusahaan pialang asuransi, 28 perusahaan pialang reasuransi, dan 28 perusahaan penilai kerugian/*loss adjuster* pada September 2015. (OJK, 2015).

Tidak dapat dipungkiri saat ini industri asuransi semakin banyak minati oleh banyak masyarakat, perusahaan dan instansi-instansi baik pemerintah maupun swasta. Asuransi dinilai berperan penting terhadap pengelola dan

pengendalian berbagai resiko baik jiwa, kesehatan, kecelakaan, kebakaran dll. Mulai tumbuh banyak perusahaan yang mendirikan usaha di bidang industri asuransi tidak terkecuali asuransi berbasis syariah. Salah satu asuransi jiwa syariah di Indonesia yaitu Asuransi Takaful Keluarga yang menjadi pioner asuransi syariah pertama di Indonesia. Namun saat ini perkembangan Asuransi Takaful Keluarga tidak begitu pesat jika dibanding dengan penduduk Indonesia yang mayoritas islam. Serta mulai banyaknya perusahaan asuransi dalam negeri dan luar negeri membuat produk link syariah yang akan mengambil pasar dari Asuransi Takaful Keluarga. Begitu juga dengan wilayah Yogyakarta yang memiliki penduduk mayoritas muslim dan masih menggunakan sistem kesultanan islam. Banyak perusahaan asuransi konvensional maupun syariah membuka kantor pelayanan di Yogyakarta untuk menarik konsumen yang potensial tidak terkecuali Asuransi Takaful Keluarga. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang ini maka tidak dipungkiri bahwa akan terjadinya persaingan untuk menarik konsumen.

Pesaing menurut (Kasmir, 2007, hal. 258) yaitu perusahaan yang menghasilkan dan menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Sementara persaingan usaha dalam kamus manajemen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan bersaing antara pengusaha satu dengan pengusaha lainnya didalam memenangkan pangsa pasar (*share market*) dalam upaya melakukan penawaran produk barang dan jasa kepada konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang diterapkannya.

Rivalry Among Existing Firms atau Persaingan antar perusahaan kompetitor yang biasanya merupakan kekuatan terbesar dalam lima kekuatan persaingan. Kunci keberhasilan perusahaan dalam memenangkan persaingan yaitu jika perusahaan memberikan keunggulan bersaing dibanding dengan strategi yang diterapkan perusahaan pesaing. Perubahan strategi oleh satu perusahaan mungkin akan mendapat respon dari pesaing, seperti meningkatkan kualitas, menurunkan harga, penyediaan layanan, penambahan fitur, meningkatkan iklan dan memperpanjang garansi. (David, 2006)

Meningkatnya persaingan diantara perusahaan yang berkompetisi cenderung disebabkan meningkatnya jumlah pesaing sehingga menjadikan kemampuan dan ukuran perusahaan setara serta mengakibatkan menurunnya permintaan produk dan menurunnya keuntungan perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dapat dilihat jika salah satu perusahaan memiliki keunggulan bersaing dalam strategi dari perusahaan *kompetitor*.(David, 2006)

Dengan adanya persaingan yang ketat di dunia perasuransian di indonesia maka suatu perusahaan asuransi perlu adanya startegi yang tepat untuk mencapai tujuan akhir perusahaan dan memiliki keunggulan bersaing. Untuk menyusun strategi, diperlukan manajemen strategis. Dimana manajemen strategis itu terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Sementara lingkungan eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan (Mustamu, 2015). Oleh sebab itu, agar perusahaan atau industri dapat bertahan di persaingan industri, maka suatu industri atau perusahaan tergantung pada lima kekuatan porter. Menurut porter bahwa suatu industri atau perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing apabila industri/perusahaan itu memiliki keuntungan dari lima faktor persaingan pokok, yaitu persaingan perusahaan sejenis, masuknya pendatang baru, kekuatan daya tawar konsumen, kekuatan daya tawar pemasok (*suppliers*), serta ancaman produk pengganti. (Porter, 2003)

Untuk menilai suatu peluang dan hambatan di internal maupun eksternal maka perlu dilakukan evaluasi dengan menggunakan matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan matrik *External Factor Evaluation* (EFE) untuk menilai respon perusahaan terhadap kondisi internal dan eksternalnya.

Dalam Menganalisis ancaman dan kekuatan lima faktor dalam persaingan perusahaan Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta yang berbasis syariah maka perlu adanya pandangan terhadap etika bisnis islam dalam melihat lima kekuatan dan ancaman tersebut. Menurut prespektif Ekonomi Islam, etika bisnis yaitu suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutkan tentu akan melakukan hal benar

berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (Aziz, 2013, hal. 35 - 36).

Menurut para pebisnis yang berorientasi kapitalis beranggapan bahwa etika tidak berhubungan dengan bisnis karena memiliki perbedaan kepentingan. Ketika etika bertentangan dengan keuntungan perusahaan, pebisnis kapitalis akan memilih keuntungan dan meninggalkan etika bisnisnya dengan menghalalkan segala cara (Nawatmi, 2010). Tetapi di era global seperti sekarang ini, dimana informasi mudah sekali untuk diakses maka, akan sulit bagi perusahaan untuk bertahan lama kalau dia melanggar etika bisnis karena kekuatan dalam dunia bisnis sekarang ini bukan lagi menjadi monopoli individu atau perusahaan tertentu. Konsumen, masyarakat, LSM dan sebagainya dengan dukungan akses internet yang ada serta meningkatnya tuntutan akan transparansi, membuat pelaku bisnis harus hati-hati. Terpaksa atau tidak, mereka harus menjalankan etika bisnis agar bisnis tidak kolaps akibat ditinggalkan konsumen dan hilangnya kepercayaan para pemegang kepentingan (*stakeholder*). Akan tetapi bagi perusahaan yang memperhatikan etika maka, perusahaan akan terus hidup dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi. Pelaksanaan etika bisnis dan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) menjadi salah satu *sustainable competitive advantage*. Contoh perusahaan yang menerapkannya adalah Shell, BP, GE, Johson & Johnson (Nawatmi, 2010).

Islam menempatkan nilai etika di tempat yang paling tinggi. Pada dasarnya, Islam diturunkan sebagai kode perilaku moral dan etika bagi kehidupan manusia, seperti yang disebutkan dalam hadist: “ Aku diutus untuk menyempurnakan akhlak yang mulia”. Terminologi paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam adalah akhlak. Dalam Islam, etika (akhlak) sebagai cerminan kepercayaan Islam (iman). Etika Islam memberi

sangsi internal yang kuat serta otoritas pelaksana dalam menjalankan standar etika. Konsep etika dalam Islam tidak utilitarian dan relatif, akan tetapi mutlak dan abadi (Nawatmi, 2010). Jadi, Islam menjadi sumber nilai dan etika dalam segala aspek kehidupan manusia secara menyeluruh, termasuk dalam dunia bisnis. Al- Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi (QS. 4: 29) dan bebas dari kecurigaan atau penipuan, seperti keharusan membuat administrasi dalam transaksi kredit (QS. 2 : 282). Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku "Etika dan Ilmu Ekonomi : Suatu Sintesis Islami", memaparkan empat aksioma etika ekonomi, yaitu, tauhid, keseimbangan (keadilan), kebebasan dan tanggung jawab (Nawatmi, 2010). Oleh karena itu penulis sangat tertarik untuk meneliti tingkat persaingan perusahaan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam persaingan usaha asuransi di Indonesia dan terkhusus di Yogyakarta, dengan menggunakan metode five force model dalam perspektif etika bisnis islam. Dan akan diangkat dalam skripsi yang berjudul " *Analisis Tingkat Persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta*".

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dapat penulis rumuskan adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana tingkat persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta di industri menurut matriks External Factor Evaluation (EFE)?
- b. Bagaimana hambatan – hambatan yang menjadi ancaman di PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta menurut matriks Internal Factor Evaluation (IFE) ?
- c. Bagaimana perspektif Etika Bisnis Islam dalam analisis hasil evaluasi external dan internal PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dengan matriks EFE dan matrik IFE ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yaitu :

- a. Untuk mengetahui tingkat persaingan dan daya tarik pasar PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta di Indonesia dan khususnya di Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui peluang apa saja yang dimiliki PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta serta hambatan – hambatan apa saja yang menjadi ancaman.
- c. Untuk mengetahui hasil dari EFE dan IFE menurut perspektif Ekonomi Islam dalam persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya hasil yang diperoleh dalam penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat untuk :

1. Manfaat Teoritis :

- Menambah ilmu pengetahuan dan informasi khususnya mengenai pengukuran tingkat persaingan dan daya tarik pasar PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dengan metode *porter five forces*.
- Menambah ilmu pengetahuan dan informasi khususnya dalam perspektif ekonomi islam dalam analisis tingkat persaingan dan daya tarik pasar PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dengan metode *five forces model*.

2. Manfaat Praktis :

- Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat sebagai pembelajaran, serta menambah wawasan penulis dalam disiplin ilmu yang penulis tekuni.
- Sebagai masukan atau bahan pertimbangan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta yang menjadi obyek penelitian.

- Sebagai pelengkap dan pembanding penelitian sebelumnya, dan sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya.

E. Sistematik Penulisan

Dalam proposal ini penulis menyusun lima bab uraian, dimana dalam tiap-tiap bab dilengkapi dengan sub-sub bab masing-masing yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjelaskan kajian-kajian penelitian terdahulu dan menjelaskan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis menjelaskan teori yang digunakan dalam menganalisis tingkat persaingan dan daya tarik pasar. Selain itu dalam bab ini diuraikan pula mengenai kerangka pikir dan hipotesis penelitian.

BAB IV METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang jenis penelitian, teknik dan metode pengumpulan data dan juga teknik analisis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran.

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Terdapat beberapa penelitian mengenai *Five foreces model* sebagai metode analisis mengukur tingkat persaingan suatu perusahaan atau intitusi lainnya. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa metode analisis pengukuran tingkat persaingan dan daya tarik pasar dengan *Five foreces model* lebih memberikan informasi yang akurat karena mengukur peluang dan hambatan dari lima kekuatan porter. Beberapa penelitian tersebut antara lain:

Rami Alrawashdeh , yang berjudul “*The Competitiveness of Jordan Phosphate Mines Company (JPMC) Using Porter Five Forces Analysis*” melakukan penelitian di Perusahaan Tambang Fosfat Jordania (JPMC) dengan menggunakan Analisis lima kekuatan porter. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan data primer dengan survei kuesioner kepada para ahli dan para penemu di JPMC dengan beberapa kualifikasi yang dianalisis yaitu diantaranya Jenis kelamin, umur, Pengalaman dan Pendidikan. Kemudian hasil dan pembahasan analisis tergantung pada literatur dan hasil data yang ada di kuesioner. Yang menjadi perbedaan dengan penelitian penulis yaitu pada teknik analisis yang digunakan penelitian penulis tidak hanya menggunakan analisis 5 kekuatan porter saja. Tatapi juga menggunakan matriks EFE & IFE. Kemudian pembahasan menggunakan perspektif ekonomi islam.

Jurnal yang ditulis oleh Tanakorn Rachapila dan Sittha Jansirisak yang berjudul “ *Using Porter’s Five Forces Model for Analysing the Competitive Environment of Thailand’s Sweet Corn Industry* “. Dalam jurnal ini membahas tentang persaingan industri jagung manis di thailand. Metode yang digunakan di penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan kuantitatif yang terintegrasi untuk menguji daya saing industri jagung manis di Thailand. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* diantaranya Eksekutif dari 12 produsen jagung manis dari 29 produsen di

Thailand dipilih. Teknik pengumpulan data yaitu wawancara mencakup wawancara mendalam yang menggabungkan jadwal wawancara dengan kuesioner terbuka semi terstruktur dalam sebuah wawancara pribadi. Pertanyaan-pertanyaan ini ditetapkan dalam Model Lima Kekuatan Porter yang digabungkan dengan analisis dampak faktor. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Penulis yaitu metode yang digunakan dalam jurnal tersebut yaitu kualitatif dan kuantitatif yang terintegrasi. Sementara dalam penelitian peneliti yaitu kuantitatif saja dan menggunakan matriks EFE & IFE. Kemudian pembahasan menggunakan perspektif ekonomi islam.

James Rajasekar dan Mueid Al Raee dalam jurnal yang berjudul *“Telecommunication Industry in The Sultanate of Oman using Michael Porter’s Competitive Strategy Model “* membahas tentang mengidentifikasi kekuatan persaingan yang mempengaruhi struktur persaingan industri telekomunikasi oman. Dalam penelitian ini didasarkan dari penelitian empiris. Data dikumpulkan terutama dari sumber sekunder seperti wawancara yang dipublikasikan oleh pejabat eksekutif perusahaan telekomunikasi di Oman, laporan pemerintah, dan Otoritas Regulasi Telekomunikasi Oman (TRA). kemudian dalam penelitian ini menggunakan lima model kekuatan Michael Porter untuk menyelidiki daya saing industri telekomunikasi di Oman. Yang menjadi perbedaan dengan penelitian penulis yaitu pada teknik analisis yang digunakan penelitian penulis tidak hanya menggunakan analisis 5 kekuatan porter saja. Tetapi juga menggunakan matriks EFE & IFE. Kemudian pembahasan menggunakan perspektif ekonomi islam.

Manveer K Mann dalam jurnalnya yang berjudul *“Assessment of Five Competitive Forces of The Indian Apparel Ritel Industry : Entry and expansion strategies for foreign Retailers”* menjelaskan bahwa lima kekuatan yang mempengaruhi daya saing industri ritel pakaian India dan membahas strategi masuk dan perluasan untuk pengecer pakaian luar negeri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan menjadikan lima kekuatan porter sebagai kerangka teoritis. Pengumpulan data menggunakan tinjauan ulang atas dokumen-dokumen yang

diterbitkan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tambahan 2 analisis yaitu ; IFE & EFE.

Jeffry Andriana Sulistiyo Eko dalam penelitiannya yang berjudul “*Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry Dalam Menghadapi Persaingan Antar Usaha Jasa Laundry Di Mojokerto*” menjelaskan kondisi lingkungan internal maupun lingkungan eksternal Diva laundry terutama dalam menghadapi persaingan antar jasa laundry yang semakin ketat, mengetahui faktor strategis yang mempengaruhi persaingan Diva laundry dengan pesaingnya, mengetahui keunggulan Diva laundry yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing. Untuk mengetahui perubahan dan kondisi lingkungan eksternal maupun internal perusahaan, digunakan metode penelitian langsung dengan menggunakan analisis kualitatif (Matriks EFE, Matriks IFE, CP Matriks, Matriks SWOT, Matriks IE dan QSPM) yang ditunjang oleh wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data primer dari Diva Laundry. Perbedaan dengan penelitian penulis yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif dan pembahasannya mengarah ke perspektif ekonomi islam.

Dalam jurnal yang ditulis Alfonsus Riky dan Ronny H.mustamu yang berjudul “ *Porter Five Forces Model Pada Pt. Ruci Gas* “ membahas mengenai analisis lima model utama kekuatan Porter pada perusahaan keluarga PT.Ruci Gas. Jenis dari penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Dengan pengumpulan data dengan metode wawancara dan observasi. Setelah mendapatkan data penulis akan melakukan uji keabsahan data dengan metode triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukan teori lima model utama kekuatan Porter memiliki pengaruh kepada struktur industri gas PT. Ruci Gas dan industri gas di Indonesia cukup atraktif untuk investasi. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis yaitu pada pendekatannya menggunakan kuantitatif dengan tambahan 2 analisis lain yaitu ; IFE & EFE dan pembahasannya mengarah ke perspektif ekonomi islam.

Siane Panther di dalam jurnalnya yang berjudul “*Analisis Lima Kekuatan Porter Ud. Bumi Jaya Perkasa*” membahas tentang analisis lingkungan industri perdagangan besi dan baja pada UD. Bumi Jaya Perkasa dengan lima kekuatan Porter yaitu ancaman masuknya pesaing baru, ancaman produk substitusi, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok dan persaingan antar perusahaan dalam industri dengan menggunakan *five forces scorecard* serta mengevaluasi kemampuan UD. Bumi Jaya Perkasa di dalam menghadapi berbagai peluang dan ancaman dengan menggunakan matriks *External Factor Evaluation (EFE)*. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Data yang digunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dengan wawancara. Teknik pemilihan narasumber dengan purposive sampling. Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan triangulasi sumber. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis yaitu menggunakan analisis matrik EFE & IFE serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Nofrizal dalam jurnalnya yang berjudul “strategi tumbuh dan bersaing di industri asuransi (studi kasus pada BPJS Ketenagakerjaan Pekanbaru)” yang membahas penyusunan dan penentuan strategi bagaimana BPJS Ketenagakerjaan dapat tumbuh dan bersaing di industri asuransi pekanbaru. Metode yang digunakan yaitu diskriptif dengan beberapa tahapan untuk membuat strategi yaitu lima kekuatan porter, IFA, EFA, Matrik GE, SWOT-8K, Marik TWOS and Matrik QSPM. Perbedaan jurnal ini dengan penelitian penulis yaitu menggunakan analisis matrik EFE & IFE serta menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan pembahasannya mengarah ke perspektif ekonomi islam.

B. Landasan Teori

1. Asuransi

a. Asuransi Syariah

Dalam ekonomi Islam dikenal dengan adanya lembaga keuangan yang berbentuk bank dan lembaga keuangan perekonomian umat non

perbankan, diantaranya asuransi syariah. Di dalam bahasa Arab asuransi dikenal dengan istilah: *at Takaful*, *at Tadhmun*, dan *at-Ta'min*, yang berarti: saling menanggung (Bakhri, 2003, hal. 173). Penanggung di sebut *mu'amin*, sedangkan tertanggung di sebut *mu'amma lahu* atau *musta'min*. Dinamakan *at Ta'min*, karena orang yang melakukan transaksi ini (khususnya para peserta) telah merasa aman dan tidak terlalu takut terhadap bahaya yang akan menimpanya dengan adanya transaksi ini. Pengertian dari *at-Ta'min* adalah seseorang membayar atau menyerahkan uang cicilan untuk agar ia atau ahli warisnya mendapatkan sejumlah uang sebagaimana yang telah disepakati, atau untuk mendapatkan ganti terhadap hartanya yang hilang (Sula, 2004, hal. 28). Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), asuransi adalah usaha saling tolong-menolong dengan perantara sejumlah uang melalui investasi dalam bentuk asset atau tabarru' yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariah dan tidak mengandung gharar (penipuan), maysir (perjudian), riba, zhalim, suap dan maksiat (Bakhri, 2003, hal. 173).

Dalam operasionalnya, asuransi dapat memberikan manfaat dan kemaslahatan bagi kaum muslimin adalah dengan adanya penekanan pada dasarnya pihak perusahaan asuransi sebagai pihak yang kuat dapat membantu pihak yang tertanggung sebagai kelompok yang lemah.

Dengan terwujudnya saling tolong-menolong melalui sarana pengorganisasiannya, maka kehidupan umat islam akan menjadi lebih kuat dan lebih terjamin dalam melakukan berbagai aktivitas sosial dan ekonomi. Dalam pandangan ekonomi, asuransi merupakan metode untuk mengurangi risiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan. Risiko di sini adalah setiap kali orang tidak dapat menguasai dengan

sempurna, atau mengetahui lebih dahulu mengenai masa yang akan datang (Lubis, 1994, hal. 84).

Dewasa ini asuransi syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan cukup pesat. Dimana Indonesia yang bermayoritas muslim sehingga meningkat pula permintaan akan asuransi didasarkan pada prinsip Syariah Islam.

Di Indonesia, produk asuransi syariah telah diperkenalkan pada tahun 1994, mulai menjadi tren sejak tahun 2010-2011. Perusahaan asuransi pelopor asuransi berbasis syariah itu sendiri adalah Asuransi Takaful yang berdiri pada tahun 1994, kemudian Asuransi syariah kian marak khususnya di Indonesia dan berbagai perusahaan asuransi baik perusahaan asuransi dari luar negeri atau dari Indonesia sendiri hampir seluruhnya memiliki produk asuransi syariah (asuransibank.com, 2012)

b. Asuransi Konvensional

Asuransi menurut terminologi sebagaimana yang disebutkan dalam Undang-Undang No. 2 Tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian di Indonesia: "Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung, dengan menerima premi asuransi, untuk memberikan penggantian pada 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 dipertanggungkan." (Sula, 2004, hal. 27)

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) pasal 246 dijelaskan bahwa yang dimaksud asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian (timbal balik), dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung, dengan menerima suatu

premi, untuk memberikan penggantian kepadanya, karena suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya, karena suatu peristiwa tak tentu (*onzeker voorval*). (Purwosutjipto, 1999, hal. 1)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), diketahui bahwa perkembangan industri perasuransian di Indonesia memiliki peran yang signifikan dalam mendukung terjadinya proses pembangunan nasional. Hal ini dilihat atas kontribusi perusahaan asuransi dalam memupuk dana jangka panjang dalam jumlah yang besar, yang kemudian digunakan sebagai dana dalam pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah (cermati.com, 2016).

Perkembangan industri perasuransian bisa dilihat selama empat tahun belakangan ini, tepatnya tahun 2011 hingga 2014, di mana aset industri asuransi konvensional mengalami pertumbuhan rata-rata yang mencapai lebih dari 16%. Hal ini juga terlihat dari pertumbuhan rata-rata yang terjadi di dalam nilai investasi dan premi yang masing-masing mengalami peningkatan sebesar 14,4% dan juga 21,0%, seperti diungkapkan oleh Kepala eksekutif Pengawas IKNB Firdaus Djaelani dalam seminar Insurance Outlook 2016 di Jakarta (cermati.com, 2016).

2. Analisis Lima Kekuatan Porter

Manajemen strategi sangat diperlukan dalam sebuah organisasi untuk mengukur kinerja dan menjaga kelangsungan hidup organisasi. Menurut Hunger, manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategis (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan

perusahaan (David F. R., 2003). Kemudian menurut David, manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya (Wheelen, 1996).

Evaluasi strategi merupakan tahap final dalam manajemen strategi. Manajer ingin mengetahui kapan strategi tidak dapat berjalan sesuai yang diharapkan. Evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi ini (Mckiernan, 1990). Semua strategi dapat dimodifikasi di masa datang karena faktor internal dan eksternal secara konstan berubah.

Salah satu yang dilakukan dalam evaluasi strategi yaitu melalui beberapa tes dari pasar eksternal terhadap nilainya, terdiri dari ujian *inimitability*, ujian daya tahan, ujian ketepatan waktu, ujian substitusi dan ujian keunggulan kompetitif (Iqbal, 2016).

Ujian daya tahan mempertanyakan apakah sumber daya bisa mempertahankan keunggulan kompetitif dari waktu ke waktu. Dalam hal yang berkenaan dengan ujian daya tahan, tidak semua keuntungan sumber daya secara otomatis ke perusahaan yang memiliki sumber daya. Bahkan, nilai selalu pada tawarmenawar di antara sejumlah pemain, termasuk pelanggan, distributor, pemasok dan karyawan. Berkenaan dengan ujian substitusi, sejak diperkenalkan *the five competitive forces*, setiap strategi telah mewaspadaikan dampak potensial dari produk-produk pengganti. Dalam hal berhubungan ujian keunggulan kompetitif, mungkin kesalahan manajer terbesar adalah ketika mengevaluasi perusahaan sumber daya mereka adalah bahwa mereka tidak menilai relatif terhadap pesaing (Collis, 2008).

Analisa eksternal meliputi pengujian level industri dari ekonomi industri, seperti Michael Porter's *five forces strategy*: kekuatan penawaran dari pembeli, kekuatan penawaran dari penyalur, kekuatan barang pengganti, ancaman dari pendatang baru dan persaingan industri (Porter M. E., 2008) . Strategi ini dikenal dengan nama *The Five Forces Strategy* (Strategi Lima keunggulan) , yaitu :

a. Persaingan antar Perusahaan Sejenis

Persaingan antar perusahaan sejenis atau *Rivalry Among Existing Firms* memiliki peran yang sangat penting dari lima kekuatan bersaing perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan dalam industri dapat dilihat dari keunggulan strategi yang diterapkan oleh perusahaan terhadap strategi yang diterapkan perusahaan pesaing (David, 2006). Dengan keunggulan tersebut, perusahaan pesaing akan bereaksi dengan meningkatkan iklan, menurunkan harga, meningkatkan kualitas, atau melakukan inovasi produk.

Pada industri asuransi Intensitas persaingan diantara perusahaan sejenis yang bersaing akan meningkat jika dipengaruhi beberapa faktor diantaranya ketika banyak jumlah pesaing dalam industri, penawaran yang lebih menarik sehingga pelanggan dapat berpindah perusahaan, keunggulan strategi yang diterapkan masing – masing perusahaan, atau semakin intensifnya persaingan dalam industri (David, 2006).

b. Masuknya Pesaing Baru

Masuknya pesaing baru dalam industri dapat menjadi ancaman bagi perusahaan yang sudah ada. Menurut Michael Porter, ancaman masuknya pendatang baru ke dalam industri dipengaruhi oleh hambatan atau halangan yang sudah ada dan reaksi perusahaan yang sudah ada (Porter M. E., 1987). Pendatang baru biasanya sudah siap untuk menghadapi hambatan atau penghalang dan reaksi dari perusahaan yang sudah ada serta telah memperhitungkan peluang yang tidak dipenuhi perusahaan yang sudah ada. Jika hambatan atau penghalang itu besar dan reaksi perusahaan yang sudah ada juga kuat maka ancaman masuknya pendatang baru akan rendah. Menurut Micheal Porter, Ada enam sumber utama hambatan yang masuk yaitu skala ekonomi,

perbedaan produk, kebutuhan akan modal, biaya beralih *supplier*, akses distribusi, dan biaya resiko.

c. Pengembangan Produk Substitusi

Produk substitusi/produk pengganti merupakan ancaman bagi perusahaan ketika harga produk substitusi lebih rendah dengan kualitas dan kinerja yang sama ataupun lebih baik. Produk pengganti akan muncul dalam bentuk yang berbeda, tetapi dapat memuaskan kebutuhan yang sama dari produk yang ditawarkan perusahaan. Produk pengganti dapat membatasi laba potensial dari industri apabila harga produk pengganti lebih menarik dengan fungsi yang sama dari produk utama (Mustamu, 2015).

d. Daya Tawar Penjual / Pemasok

Daya Tawar Pemasok (*Bargaining power of supplier*) dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka dalam mengatur harga dan kualitas barang atau jasa yang digunakan. Ketergantungan perusahaan pada salah satu pemasok akan menjadi sebuah ancaman bagi perusahaan jika pemasok tidak dapat menyediakan atau memenuhi kebutuhan perusahaan. Untuk melihat ketergantungan perusahaan kepada salah satu pemasok melalui beberapa indikator yaitu diantaranya indikator rasio konsentrasi (*concentration ratio*) dimana indikator ini dapat menunjukkan rasio antara jumlah nilai pasokan dari pemasok tertentu dengan keseluruhan nilai persediaan yang dipasok oleh berbagai pemasok (Mustamu, 2015)

e. Daya Tawar Pembeli

Daya tawar pembeli memiliki peran dalam mempengaruhi suatu industri, disebabkan karena para konsumen atau pembeli memiliki kemampuan untuk melakukan penekanan harga, permintaan atas kualitas barang atau jasa dan memiliki peran dalam menentukan persaingan. Kebebasan konsumen atau pembeli dalam memilih produknya tentu sangat mempengaruhi kebijakan

perusahaan dalam menentukan penawaran baik berupa harga, kualitas produk, atau reputasi perusahaan agar konsumen tertarik dan loyal terhadap produk perusahaannya. Kekuatan daya tawar pembeli akan tinggi apabila produk itu standar atau tidak memiliki perbedaan atau tidak terdiferensiasi. Hal ini mengakibatkan pembeli akan bernegosiasi lebih tinggi tentang harga, garansi atau jaminan, keuntungan yang didapat pembeli (David, 2006).

3. Matrik External Factor Evaluation (EFE)

Menurut David (David, 2006) matriks EFE membuat ahli strategi meringkas dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, dan persaingan di pasar industri dimana perusahaan berada, serta data eksternal relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan.

Dalam persaingan industri asuransi terdapat berbagai faktor – faktor eksternal perusahaan yang dapat menjadi ancaman maupun peluang bagi perusahaan itu sendiri. Ancaman dan peluang eksternal perusahaan kemudian di masukan dalam matriks EFE. Faktor – faktor umum eksternal perusahaan asuransi antara lain sebagai berikut ;

- **Peluang**

- 1) *Brand name* Perusahaan
- 2) Pangsa Pasar
- 3) Tingkat Kepercayaan Pelanggan
- 4) Tersedia Modal yang memadai
- 5) Menggunakan Prinsip Syariah

- **Ancaman**

- 1) Banyak Pesaing dalam Industri Asuransi
- 2) Banyaknya Produk Substitusi
- 3) Harga yang Kompetitif
- 4) Kemudahan Mendapatkan Informasi oleh Pembeli

5) Pertumbuhan Ekonomi

4. Matrik Internal Factor Evaluation (IFE)

Menurut (David F. R., 2009), matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE) merupakan langkah terakhir dalam melaksanakan audit manajemen strategis internal. IFE *Matrix* menyediakan informasi penting bagi perumusan strategi. Alat perumusan strategi ini meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam area-area fungsional bisnis, dan juga menjadi landasan untuk mengidentifikasi serta mengevaluasi hubungan di antara area tersebut.

Menurut (Umar, 2003), Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor – faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, SDM, pemasaran, sistem informasi dan produksi/operasi. Oleh karena itu, pentingnya dilakukan evaluasi internal di PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dengan menggunakan matriks IFE untuk melihat kelemahan maupun kekuatan di internal perusahaan. Faktor – faktor umum di dalam internal perusahaan asuransi sebagai berikut ;

- **Kekuataan**

- 1) Pelayanan Konsumen
- 2) Layanan Informasi
- 3) *Marketing* Produk
- 4) Kualitas Sumber daya Insani
- 5) Pembayaran Klaim
- 6) Manajemen Perusahaan

- **Kelemahan**

- 1) Personal selling
- 2) Sistem/ Tekonologi pendukung manajemen
- 3) Strategi bisnis
- 4) Ketersediaan Infrastruktur

5. Etika Bisnis Islam

Lebih dari dua puluh tahun lamanya Nabi Muhammad SAW menjadi seorang pedagang dan pengusaha. Beliau memulai berdagang ketika mengikuti pamannya berdagang ke syam dan syiria. Dalam berdagang Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai pedagang yang jujur sehingga dijuluki sebagai Al-Amiin, Al-Siddiiq dan dikenal di Yaman, Syria, Busrah, Iraq, Yordania dalam kiprahnya sebagai pedagang dan pengusaha yang jujur (Karim, 2007). Dalam berbisnis Rasulullah SAW, telah meletakkan dasar – dasar moral, manajemen, dan etos dalam bekerja dengan selalu menganjurkan untuk mengedepankan sifat Siddiiq, Tabliigh, Amanaah, Fatoonah dalam berbisnis. Prinsip-prinsip etika bisnis islam yang diwariskan Nabi Muhammad SAW semakin mendapat pembenaran akademis di akhir abad ke- 20 atau abad ke- 21. Prinsip bisnis modern, seperti tujuan pelanggan, pelayanan yang unggul, kompetensi, efesiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan kompetitif, semuanya telah menjadi gambaran pribadi, dan etika bisnis Muhammad SAW, ketika beliau masih muda (Prof. Ali Yafie, 2003).

Etika bisnis yaitu suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu akan melakukan hal benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis islami tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (Aziz, 2013, hal. 35 - 36).

Menurut Syed Nawab Haidar Naqvi dalam buku “Etika dan Ilmu Ekonomi : Suatu Sintesis Islami”, , mendeskripsikan prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam harus mencakup di bawah ini:

1. Kesatuan (*unity*) adalah kesatuan sebagaimana terefleksikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial

menjadi keseluruhan yang homogeny, serta mementingkan konsep konsistensi dan keteraturan yang menyeluruh.

2. Keseimbangan (*equilibrium*) dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan berbuat adil, tak terkecuali pada pihak yang tidak disukai.
3. Kehendak bebas (*free will*) kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.
4. Tanggung jawab (*responsibility*) kebebasan tanpa batas adalah suatu hal yang mustahil dilakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas.

6. Persaingan Usaha

Masalah persaingan bukanlah masalah baru dalam dunia usaha, ini dapat dilihat dalam perkembangannya dimana kemajuan suatu perusahaan selalu diiringi oleh perusahaan lain untuk menuju kearah yang lebih baik. Setiap perusahaan tidak dapat menghindari persaingan dari perusahaan lain. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, persaingan adalah suatu persaingan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif.

Dalam persaingan kita mengenal istilah “pesaing” yaitu perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip. (Kasmir, 2007)

Dalam perspektif ekonomi islam, persaingan usaha adalah bagian dari muamalah. Karenanya, persaingan usaha juga tidak terlepas dari

hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami, oleh karena itu harus dihilangkan. Sedangkan praktiki persaingan yang harus dikedepankan adalah bersaing secara sehat, tidak saling menjatuhkan.

Dalam berbisnis, setiap orang akan berhubungan dengan pihak-pihak lain seperti rekanan bisnis dan pesaing bisnis. Sebagai hubungan interpersonal, seorang pebisnis muslim tetap harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada mitra bisnisnya. Hanya saja, tidak mungkin bagi pebisnis muslim bahwa pelayanan terbaik itu diartikan juga memberikan “servis” dengan hal yang dilarang syariah.

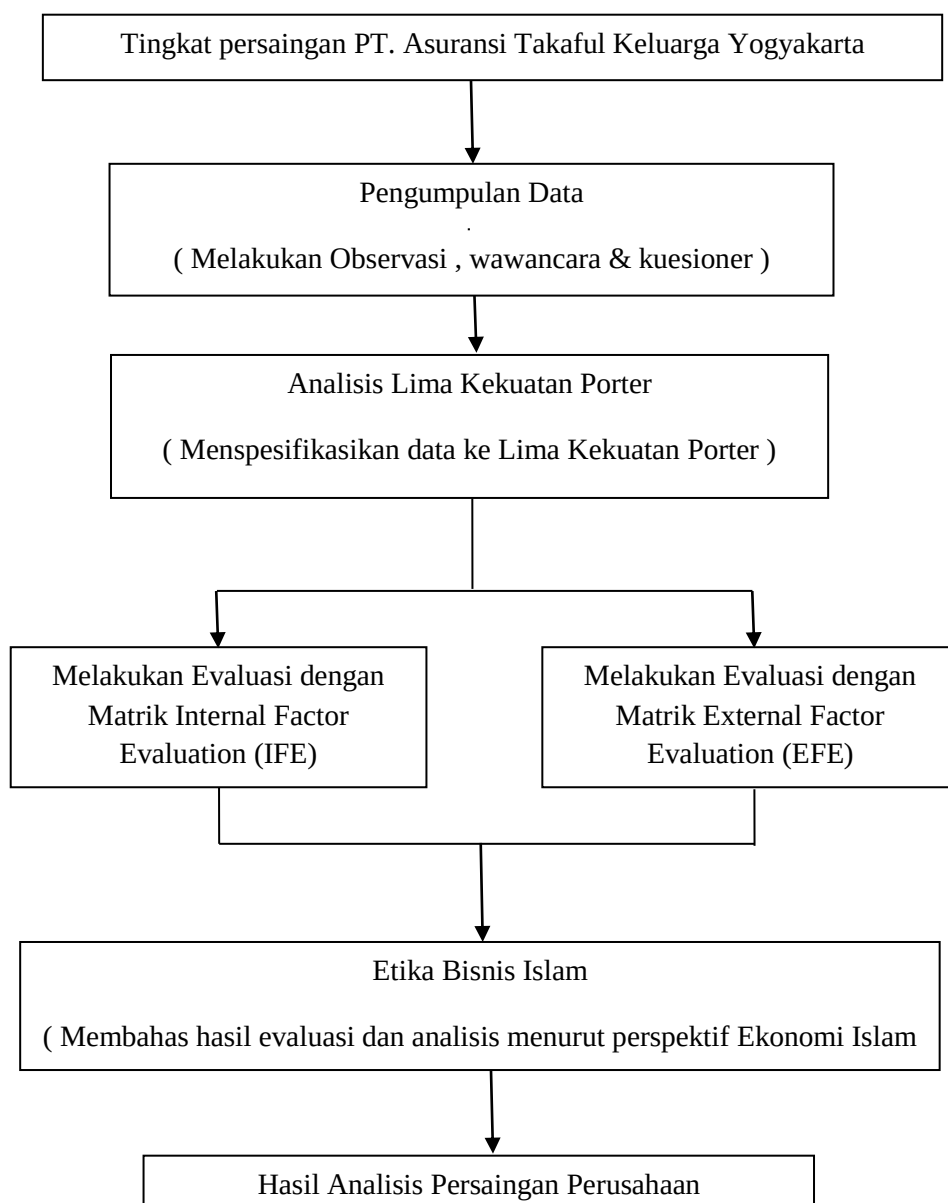
Rasulullah SAW telah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik. Ketika berdagang Rasul tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Walaupun ini tidak berarti Rasulullah berdagang seadanya tanpa memperhatikan daya saingnya. Yang beliau lakukan adalah memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dan menyebutkan spesifikasi barang yang dijual dengan jujur termasuk jika ada cacat pada barang tersebut. Secara alami, hal-hal seperti ini ternyata justru mampu meningkatkan kualitas penjualan dan menarik para pembeli tanpa menghancurkan pedagang lainnya.

Sementara itu, kaitannya dengan cara berbisnis yang islami, negara harus mampu menjamin terciptanya sistem yang kondusif dalam persaingan. Pemerintah tidak dibenarkan memberikan fasilitas khusus kepada seseorang atau sekelompok bisnis tertentu semisal tentang teknologi, informasi pasar, pasokan bahan baku, hak monopoli, atau penghapusan pajak. Hal yang demikian tak ubahnya sebagai praktik kolusi, dan hal itu sangat dibenci dalam Islam. Maka dari itu pemberian fasilitas, kenyamanan, keamanan dalam berbisnis harus diberikan sama dan rata oleh pemerintah kepada siapapun yang menjalankan bisnis, dan yang lebih penting harus benar-benar disesuaikan dengan aturan syaria’ah.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



BAB III.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji variabel yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian kuantitatif, penelitian dilakukan yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena sosial. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial di jabarkan kedalam beberapa komponen masalah, variable dan indikator. Setiap variable yang di tentukan di ukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda–beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variable tersebut (Burhanuddin, 2013). Dengan menggunakan simbol–simbol angka tersebut, teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat di lakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang belaku umum di dalam suatu parameter (Burhanuddin, 2013). Tujuan utama dari metode ini ialah menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi. Penulis memilih menggunakan jenis penelitian ini karena penulis ingin melakukan sebuah analisis secara langsung mengenai *strategic management* dan metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang paling tepat untuk penelitian penulis.

B. Lokasi , Waktu dan Pengorganisasian Penelitian

Obyek penelitian yang diteliti yaitu :

Tempat : PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

Alamat : Jl. Suryowijayan, Gedongkiwo, Mantrijeron, Kota

Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55142

Tanggal : 16 Januari 2018

Pengorganisasian penelitian ini dilakukan secara individu, jadi penanggung jawab dari penelitian ini adalah penulis sendiri yang dibantu oleh dosen pembimbing.

C. Jenis dan Sumber Data

Untuk memudahkan, dalam penelitian ini, peneliti membagi jenis dan sumber data ke dalam dua bentuk yaitu :

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Observasi, wawancara dan kuesioner dengan narasumber dari sebuah perusahaan.

2. Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2013). Data sekunder diperoleh peneliti secara tidak langsung. Sumber data sekunder peneliti didapat dari profil perusahaan, informasi dari perusahaan yang terkait dengan penelitian, dan data-data yang mendukung.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2005, p. 90). Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah Pimpinan dan Manajer PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data yang didasarkan dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita

harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 2013). Dalam proses penelitian ini, teknik pemilihan narasumber dengan pertimbangan tertentu adalah pihak-pihak yang memiliki informasi penting yang terkait dan yang dibutuhkan dalam penelitian yaitu Pimpinan dan Manajer PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu Observasi, wawancara, kuesioner dan dokumen. Observasi digunakan untuk mengetahui langsung apa yang terjadi di lapangan. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui informasi dari responden yang lebih mendalam. (Sugiyono, 2013). Peneliti memilih teknik wawancara karena dengan maksud untuk mengetahui atau menggali informasi lebih dalam dari terwawancara dan terwawancara hanya bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Kuesioner di dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan penilaian secara tertulis dari subjek yang diwawancara terhadap objek yang sedang diteliti serta digunakan sebagai penguat data penelitian. Menurut (Arikunto, 2006), dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Peneliti memilih untuk melakukan studi dokumen karena untuk memperkuat bukti yang ada, melengkapi hasil penelitian dari wawancara serta menghasilkan hasil penelitian yang lebih akurat dan terpercaya.

F. Teknik Analisis Data

Pada Analisis Matriks *EFE* dikembangkan daftar peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari. Menurut David (David, 2004. Hal. 131), Matriks *EFE* membuat ahli strategi meringkas dan mengevaluasi mengenai ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan. (Tabel 2)

Tabel.1 Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Faktor-faktor eksternal	Bobot (B)	Peringkat (P)	Nilai yang di bobot (B X P)
<i>Peluang</i>			
1.			
2.			
3.			
.....			
<i>Ancaman</i>			
1.			
2.			
3.			
.....			
Total			

Sumber ; (David, 2004)

Instrumen yang digunakan untuk menganalisis data di matriks IFE, antara lain sebagai berikut ;

Tabel. 2 Instrumen Penelitian External

Variabel	Indikator	Teknik Pengambilan Data	Teknik Pengukuran
Peluang			
Brand name Perusahaan	Lama Eksis di Industri	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Pangsa Pasar	Jumlah dan penyebaran asuransi	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Tingkat kepercayaan Pelanggan	- Peningkatan Jumlah Pelanggan - Peningkatan pendapatan dan klaim	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Ketersediaan Modal yang memadai	- Likuiditas Perusahaan - Kemampuan pembayaran Klaim	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE

	• Ekspansi Perusahaan • <i>Marketing</i> Perusahaan		
Pengunaan Prinsip Syariah	• Tsertifikasi oleh MUI • Jumlah nasabah muslim	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Ancaman			
Pesaing dalam Industri Asuransi	• Jumlah perusahaan asuransi • Eksistensi perusahaan asing • Perusahaan asuransi dalam negeri	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Banyaknya Produk Substitusi	• Bunga bank • penawaran deposito bank • tabungan bergaransi asuransi • penawaran produk – produk investasi • Jumlah pialang dan broker yang berdiri	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Harga yang kompetitif	• Jumlah pembayaran premi • Jumlah yang akan di cover asuransi • Kemudahan dalam klaim	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
Kemudahan Mendapatkan Informasi oleh Pembeli	• Jumlah media pemasaran • Jumlah agen yang dilapangan	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE

Keadaan sosial, Ekonomi dan politik	• Pendapatan Masyarakat • Kebijakan pemerintah	Wawancara dan studi dokumen	Matrik EFE
---	---	--------------------------------	------------

Sumber : Observasi dan studi dokumen

Matriks *IFE* dilakukan sebagai langkah penutup dalam melaksanakan audit manajemen strategis internal. Fungsi dari Matrik *IFE* adalah meringkas dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional dari suatu usaha dan juga memberikan dasar untuk mengenali dan mengevaluasi hubungan diantara bidang-bidang terkait. Contoh Matriks *IFE* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel. 3 Matriks *IFE* (Internal Factor Evaluation)

Faktor-faktor internal	Bobot (B)	Peringkat (P)	Nilai yang di bobot (B X P)
<i>Peluang</i>			
1.			
2.			
3.			
.....			
<i>Ancaman</i>			
1.			
2.			
3.			
.....			
Total			

Sumber ; (David, 2004)

Instrumen yang digunakan untuk menganalisis data di matriks *IFE*, antara lain sebagai berikut ;

Tabel. 4 Instrumen Penelitian Internal

Variabel	Indikator	Teknik Pengambilan Data	Teknik Pengukuran
Kekuatan			
Pelayanan Konsumen	• Pelayanan yang	Wawancara dan	Matrik <i>IFE</i>

	tawarkan • Fasilitas dan kenyamanan kantor • Kemudahan alur pelayanan	Observasi	
Layanan Informasi	• Media informasi yang digunakan • Jumlah <i>Customer Service</i> (CS)	Wawancara, studi dokumen dan Observasi	Matrik IFE
Marketing Produk	• Media Promosi yang digunakan • Teknik – teknik promosi yang digunakan • <i>Publik relation</i>	Wawancara dan Observasi	Matrik EFE
Kualitas sumberdaya Insani	• Tingkat pendidikan • Jumlah pelatihan • Rekrutmen pegawai	Wawancara, studi dokumen dan Observasi	Matrik IFE
Pembayaran Klaim	• Likuiditas • Jumlah cover klaim • Reasuransi yang dimiliki	Wawancara dan , studi dokumen	Matrik IFE
Manajemen Perusahaan	• SOP Perusahaan • Prestasi Perusahaan • Pendapatan dan kesejahteraan karyawan	Wawancara, studi dokumen dan Observasi	Matrik IFE
Kelemahan			

Personal selling	• Prosedur penanganan yang ditentukan perusahaan	Wawancara dan Observasi	Matrik IFE
Sistem/ Tekonologi pendukung manajemen	• Penggunaan dan pemanfaatan teknologi	Wawancara dan Observasi	Matrik IFE
Strategi bisnis	• Pencapaian target • Penggunaan dana	Wawancara dan , studi dokumen	Matrik IFE
Ketersediaan Infrastruktur	• Jumlah kantor • Stand layanan • Saran & prasarana perusahaan • Fasilitas yang ada dikantor	Wawancara dan Observasi	Matrik IFE

Sumber : Observasi dan studi dokumen

Matriks *IFE* dan *EFE* dapat dikembangkan dalam lima langkah sebagai berikut:

1. Identifikasikan Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Perusahaan.

Langkah pertama, tentukan faktor eksternal perusahaan yang berupa peluang dan ancaman yang ada. Kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi faktor internal terpenting termasuk kekuatan maupun kelemahan yang ada pada perusahaan. Usahakan dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal harus sespesifik mungkin, gunakan persentase, rasio dan angka perbandingan.

2. Pembobotan

Berikan bobot dengan kisaran 0 (tidak penting) sampai 1 (terpenting) pada setiap faktor. Bobot tertinggi diberikan kepada faktor-faktor yang memiliki pengaruh terbesar pada prestasi organisasi. Penentuan bobot menggunakan metode “*Paired Comparison*”, metode tersebut digunakan untuk memberikan

penilaian terhadap bobot setiap faktor penentu internal dan eksternal serta faktor - faktor dalam struktur industri. Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2, dan 3. Bentuk dari nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel.5 Penilaian Bobot Tingkat Kepentingan Faktor Penentu Internal dan Eksternal Menurut Metode “Paired Comparison”

Faktor Penentu Internal	A	B	C		A	B	C		Total
Kekuatan/ Peluang									
A									
B									
C									
.....									
Kelemahan/ Ancaman									
A									
B									
C									
.....									
Total									

Sumber : (David, 2004. Hal 131)

Penilaian bobot setiap variabel menggunakan skala 1, 2 dan 3 dimana arti nilai tersebut adalah sebagai berikut:

- 1 = Jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal
- 2 = Jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal
- 3 = Jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$a_i = \frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i}$$

Keterangan :

A_i = bobot faktor ke- i

X_i = nilai faktor ke- i

$i = 1, 2, \dots, n$

3. Pemberian Peringkat / Rating

Pada Matriks *EFE*, peringkat diberikan mulai dari 1 sampai 4 untuk setiap faktor eksternal, hal ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini. Arti angka dalam peringkat berbanding terbalik antara peluang dan ancaman. Skala nilai peringkat 1 sampai 4 peluang menunjukkan bahwa:

- Peringkat 1 = Respon sangat rendah
- Peringkat 2 = Respon rendah
- Peringkat 3 = Respon tinggi
- Peringkat 4 = Respon sangat tinggi

Pada pemberian peringkat Analisi Matriks *IFE* juga dimulai dari 1 sampai 4 tetapi dalam angka peringkat yang sama namun arti yang berlawanan, contoh pemberian peringkat kekuatan:

- Peringkat 1 = Sangat lemah dibanding pesaing
- Peringkat 2 = lemah dibanding pesaing
- Peringkat 3 = kuat dibanding pesaing
- Peringkat 4 = Sangat kuat dibanding pesaing

4. Nilai yang Dibobot

Nilai pembobotan adalah hasil kali dari setiap bobot faktor dengan peringkat, penjumlahan dilakukan secara vertikal. Hal ini dilakukan untuk menentukan nilai yang dibobot pada setiap variabel.

5. Total Nilai

Jumlahkan total nilai yang dibobot untuk setiap variabel menentukan total nilai yang dibobot untuk perusahaan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternal dan internalnya. Total skor pembobotan berkisar antara 1 sampai 4.

Pada Matriks *EFE*, total skor 4 menunjukkan bahwa perusahaan merespon peluang maupun ancaman yang dihadapi dengan baik. Sedangkan untuk Matriks *IFE*, total skor 4 berarti kondisi internal perusahaan baik.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta merupakan kantor cabang pelayanan dari PT. Asuransi Takaful Keluarga untuk wilayah Yogyakarta dan Jawa Tengah. Perusahaan ini bergerak dibidang asuransi jiwa dengan prinsip syariah. Takaful Keluarga mengembangkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan berasuransi sesuai syariah meliputi perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perencanaan pendidikan anak, perencanaan hari tua, serta menjadi rekan terbaik dalam perencanaan investasi.

PT. Asuransi Takaful Keluarga adalah perusahaan asuransi jiwa syariah pertama di Indonesia, dan mulai beroperasi sejak tahun 1994 yang diprakarsai oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), Bank Muamalat Indonesia, Departemen Keuangan RI, dan beberapa pengusaha Muslim Indonesia, serta bantuan teknis dari Syarikat Takaful Malaysia, Bhd. (STMB), Tim Pembentukan Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) mendirikan PT. Syarikat Takaful Indonesia (Takaful Indonesia) pada 24 Februari 1994, sebagai perusahaan perintis pengembangan asuransi syariah di Indonesia. PT. Asuransi Takaful Keluarga menggunakan Sistem manajemen terpusat secara online sehingga seluruh data diseluruh kantor cabang pelayanan secara otomatis masuk didalam database perusahaan. PT. Asuransi Takaful Keluarga memiliki tiga segmen dalam pemasaraannya yaitu *Bancassurance* (Bank), *Corporate/compeny* (Perusahaan) dan Unit Link (Individu).

PT. Asuransi Takaful Keluarga memiliki visi menjadi perusahaan asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat. Dan memiliki misi sebagai berikut ; 1. Menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan., 2. Menciptakan sumberdaya manusia yang

handal melalui program pengembangan sumberdaya manusia yang berkelanjutan., 3.Mendaya gunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan, kemudahan serta informatif.

B. Analisis Lima Kekuatan Porter (*Porter five forces model*)

Porter five forces model merupakan salah satu alat yang digunakan untuk menganalisis strategi bersaing yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam menilai dan menganalisis strategi yang telah digunakan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta maka kita harus melihat lima elemen utama, yakni:

1. Persaingan antar Perusahaan Sejenis

Semakin banyak jumlah pesaing, dengan produk yang berkualitas dan harga yang bersaing, maka semakin tinggi pula tingkat persaingan dalam industri. Saat ini sebanyak 70 perusahaan asuransi di Indonesia telah membuka kantor cabang pelayanan di Yogyakarta, baik dari asuransi kerugian, asuransi jiwa, asuransi syariah, asuransi sosial dan BPJS. Ancaman Pendatang Baru (Mahrizal, 2017). Ada beberapa perusahaan asuransi dengan prinsip syariah besar yang menjadi *competitor* kuat di Yogyakarta, seperti Prudential yang memiliki aset syariah dengan nilai Rp 3,02 triliun atau *market share* aset syariah 22,05% dengan *market share* kontribusi bruto 47,96%, AIA memiliki aset syariah dengan nilai Rp 5,16 triliun atau *market share* aset syariah 37,69% dengan *market share* kontribusi bruto 16,55%, Allianz memiliki aset syariah Rp 1,27 triliun atau *market share* aset 4,80% dengan *market share* kontribusi bruto 9,87% , AXA Mandiri memiliki aset syariah dengan nilai Rp 371 milyar atau *market share* aset 1,40% dengan *market share* kontribusi bruto 0,73%, Bumiputra memiliki aset syariah dengan nilai Rp 1,76 triliun atau *market share* aset 6,65% dengan *market share* kontribusi bruto 1,03%, dan Manulife memiliki aset nasional dengan nilai Rp 429 milyar atau *market share* aset 1,62% dengan *market share* kontribusi bruto 1,44%. Sementara PT. Asuransi Takaful Keluarga sendiri memiliki aset nasional dengan nilai Rp 1,064 triliun atau *market share* aset 7,77% dengan *market share* kontribusi bruto

3,89% . Pertumbuhan aset sekitar 2,26 % dan pertumbuhan kontribusi bruto sekitar 3,49% pertahun 2015 (Tabel.9). Pada 2015 PT. Asuransi Takaful Keluarga menunjukkan pertumbuhan yang positif pada aset dan kontribusi bruto. Hal tersebut menunjukkan bahwa PT. Asuransi Takaful Keluarga mampu bersaing dalam industri asuransi.

2. Ancaman Masuknya Pesaing Baru

Di Indonesia terdapat lebih dari 146 perusahaan asuransi konvensional yang terdiri dari 55 perusahaan asuransi jiwa, 80 perusahaan asuransi umum, 6 perusahaan reasuransi, 5 perusahaan yang menyediakan asuransi wajib dan asuransi sosial. Dan 58 perusahaan asuransi dan unit usaha yang menyelenggarakan prinsip syariah, 10 perusahaan asuransi syariah, 1 perusahaan reasuransi syariah, 45 perusahaan asuransi yang memiliki unit syariah dan 2 perusahaan reasuransi yang memiliki unit syariah (OJK, 2016). Sementara baru 70 perusahaan asuransi di Indonesia yang telah membuka kantor cabang pelayanan di Yogyakarta. Untuk masuk dalam persaingan industri asuransi syariah maupun asuransi konvensional memiliki beberapa hambatan seperti membutuhkan modal yang besar dan strategi bisnis yang bagus dikarenakan persaingan di industri asuransi didominasi oleh perusahaan yang memiliki modal yang kuat, reputasi perusahaan yang bagus dan penetrasi pasar yang luas seperti Prudential, AIA, Manulife, Allianz, AXA Mandiri, Bumiputra, dan Takaful Keluarga. Sementara dalam diferensiasi produk di persaingan industri asuransi sangat ketat dikarenakan inovasi produk dan harga di setiap perusahaan sangat kompetitif. Maka dari itu kemungkinan potensi masuknya pesaing baru di Yogyakarta relatif rendah.

3. Kekuatan Tawar Menawar Konsumen

Dalam kekuatan tawar menawar konsumen di industri asuransi di Indonesia memiliki dua konsentrasi segmen konsumen yaitu masyarakat umum dan masyarakat muslim dan tiga konsentrasi segmen pasar yaitu Perusahaan atau pabrik (*Corporate*), perbankan (*Bancassurance*), dan perorangan (*Personal*). Sementara diferensiasi produk Asuransi Takaful

Keluarga dengan produk perusahaan asuransi lainnya seperti Prudential, Allianz dan AIA berdasarkan informasi dari website masing – masing perusahaan memiliki beberapa perbedaan dan kesamaan dalam penawaran. Di Takaful Keluarga menawarkan produk asuransi jiwa yang berkonsentrasi pada dana pendidikan, dana haji dan umroh, Investasi, kesehatan untuk kumpulan/ *corporate*, dan asuransi jiwa untuk perbankan yang semuanya dikelola dengan prinsip syariah. Sementara jika dilihat pada Prudential, Allianz dan AIA yang menggunakan prinsip syariah saat ini hanya berkonsentrasi di segmen perencanaan haji dan umroh, investasi dan kesehatan sementara produk lainnya masih menggunakan sistem konvensional. Sehingga ancaman daya tawar konsumen dalam indikator diferensiasi produk dapat dikatakan sedang karena diferensiasi produknya relatif sama akan tetapi Asuransi Takaful Keluarga memiliki produk syariah yang lebih luas. Kemudian untuk *switching cost* antara Takaful Keluarga dengan perusahaan asuransi lainnya seperti Prudential, Allianz dan AIA memiliki harga relatif tidak terlalu berbeda atau memiliki harga yang kompetitif maka biaya perpindahan atau *switching cost* rendah sehingga ancaman perpindahan konsumen cukup tinggi.

4. Kekuatan Tawar Menawar *Supplier*

Supplier atau pemasok di industri asuransi merupakan tempat dimana perusahaan asuransi mengelola dana yang dihimpun dari peserta agar mendapatkan keuntungan. Kekuatan tawar menawar *Supplier* di asuransi ditentukan oleh beberapa faktor diantaranya: konsentrasi *supplier*, jumlah *supplier*, diversifikasi *supplier*. Konsentrasi *Supplier* atau pemasok di industri asuransi ada dua yaitu custodian bank atau produk investasi yang sesuai dengan syariah. PT. Asuransi Takaful Keluarga juga menggunakan custodian bank dan pialang investasi atau broker investasi yang berperan sebagai *Supplier* atau pemasok. Saat ini kinerja investasi Asuransi Takaful Keluarga dari investasi pasar saham syariah pada tahun 2015 sebesar Rp 333,664 milyar mengalami kenaikan sekitar 7,74 % dari tahun 2014 kinerja investasi sebesar Rp 309,684 milyar (Laporan Keuangan 2015). Sementara

perolehan dari custodian bank yaitu 28,987 milyar pada tahun 2015 mengalami kenaikan sekitar 95,4 % dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar 14,832 milyar. Jika dibanding dengan pesaingnya seperti Prudential syariah berdasarkan laporan keuangan pada kinerja investasi pada tahun 2015 memperoleh 4,222 triliun mengalami kenaikan sekitar 11,4 % dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar 3,888 triliun. Kemudian perolehan dari custodian bank pada tahun 2015 sebesar 37,368 milyar mengalami penurunan sekitar 43,2 % dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar 65,800 milyar. Sementara AIA Syariah berdasarkan laporan keuangan pada kinerja investasi pada tahun 2015 memperoleh 35,004 triliun mengalami kenaikan sekitar 3,28 % dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar 33,891 triliun. Kemudian perolehan dari custodian bank pada tahun 2015 sebesar 1,936 triliun mengalami kenaikan sekitar 19,5 % dari tahun 2014 dengan perolehan sebesar 1,619 triliun. Kemungkinan potensi ancaman daya tawar menawar *Supplier* PT. Asuransi Takaful Keluarga relatif rendah, jika dilihat dari prosentase hasil kinerja broker investasi dan custodian bank pada PT. Asuransi Takaful Keluarga dan juga dibandingkan dengan perusahaan asuransi lain seperti prudential dan AIA .

5. Ancaman Produk Substitusi

Produk substitusi atau produk pengganti merupakan ancaman bagi perusahaan ketika konsumen menghadapi biaya perpindahan sedikit dan harga produk substitusi lebih rendah dengan kualitas dan kinerja yang sama ataupun lebih baik. Dalam industri asuransi dan khususnya asuransi jiwa, ada produk – produk asuransi jiwa di Asuransi Takaful Keluarga yang bentuknya sama tetapi fungsinya berbeda seperti produk takafulink salam, takafulink salam cendekia, tafakulink baitullah yang memiliki kesamaan dengan produk investasi seperti saham, reksadana, indek, forex dan obligasi yang berbentuk investasi sementara tujuannya berbeda jika produk investasi dari asuransi lebih untuk perlindungan jiwa sementara produk investasi lebih untuk mendapatkan keuntungan.

C. Analisis Matrik *External Factor Evaluation* (EFE)

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor eksternal perusahaan. Matriks EFE menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan rating dan bobot yang diambil kuesioner 3 orang yang terdiri dari Branch manager Takaful keluarga wilayah Jawa dan Bali dengan persentase penilaian diambil sebesar lima puluh persen, manajer trainer dan satu orang karyawan Takaful keluarga Yogyakarta dengan persentase penilaian dua puluh lima persen dari total penilaian.

Tabel.6 Hasil Analisis Matriks EFE PT. Asuransi Takaful Keluarga
Yogyakarta

No	Faktor – Faktor Eksternal	Bobot (B)	Peringkat Nilai (P)	Nilai yang di bobot (B x P)
	• Peluang			
1	<i>Brand name</i> Perusahaan	0,116	3,5	0,406
2	Pangsa Pasar	0,111	3	0,333
3	Tingkat Kepercayaan Pelanggan	0,128	3	0,384
4	Tersedia Modal yang memadai	0,083	2	0,166
5	Menggunakan Prinsip Syariah	0,113	3	0,339
	• Ancaman			
6	Banyak Pesaing dalam Industri Asuransi	0,072	2,25	0,162
7	Banyaknya Produk Substitusi	0,062	1,25	0,077
8	Harga yang Kompetitif	0,105	3	0,315
9	Kemudahan Mendapatkan Informasi oleh Pembeli	0,117	2	0,234
10	keadaan Ekonomi	0,082	2	0,166
	Total	1		2,640

Sumber ; diolah oleh Peneliti (2018)

Peluang

1. Peluang terhadap *Brand name* Perusahaan yang sudah sangat dikenal oleh masyarakat ataupun perusahaan sebagai asuransi syariah pertama di Indonesia yang di prakarsai oleh ICMI dan Bank Muamalat Indonesia menjadikan asuransi takaful keluarga memiliki kredibilitas yang bagus dan dapat dipercaya dalam mengelola asuransi dengan baik dan menjadi asuransi syariah terbaik 2014,2015,2016 dan 2017 menurut majalah investor. Hal ini ditunjukkan pada Tabel.10, dimana *Brand name* Perusahaan memiliki bobot 0,116 (sangat Penting) dan peringkat 3,5 (respon perusahaan sangat memanfaatkan peluang) dengan skor tinggi yaitu 0,406.
2. Peluang terhadap pangsa pasar memiliki bobot 0,111 (sangat tinggi) dan peringkat 3 (respon perusahaan telah memaksimalkan peluang) dengan skor 0,333. Pembobotan pangsa pasar dapat dikaitkan dengan penetrasi pasar asuransi secara nasional hanya sekitar 4,62% jumlah market share Industri Keuangan Non Bank (IKNB) syariah dari total jumlah aset asuransi nasional. Hal ini, menunjukkan bahwa pangsa pasar asuransi takaful keluarga memiliki peluang sangat tinggi. Untuk merespon peluang yang tinggi asuransi takaful keluarga melakukan penetrasi dari 3 segmen pasar yang berbeda yaitu bancassurance (bank), corporate (perusahaan) dan personal (perorangan) dengan kerjasama oleh agensi menjadi mitra kerja untuk memasarkan produk asuransi takaful keluarga.
3. Peluang terhadap tingkat kepercayaan pelanggan di asuransi takaful keluarga dapat dilihat pada Tabel.9, dimana jumlah dana peserta dari tahun 2013 – 2015 mengalami kenaikan yang positif sekitar 3% setiap tahunnya. Hal ini juga terlihat dari hasil metrik EFE yang memiliki bobot 0,128 paling tinggi diantara peluang yang lain dan peringkat 3 (respon perusahaan telah memaksimalkan peluang) dengan skor 0,384.
4. Peluang terhadap tersedianya modal yang memadai memiliki bobot 0,083 (sedang) dan peringkat 2 (Jawaban rata – rata yaitu dimana perusahaan Mulai memanfaatkan peluang serta berupaya mengatasi ancaman) dengan

skor 0,166. Pembobotan ini terlihat berdasarkan dari modal yang dimiliki oleh asuransi takaful keluarga yang memiliki modal sebesar 1,064 trilliun. Jumlah tersebut standar untuk perusahaan asuransi dalam negeri, berbeda jika dibandingkan dengan perusahaan asuransi asing dan beberapa perusahaan asuransi yang memiliki modal yang sangat kuat, asuransi takaful keluarga jauh lebih rendah. Oleh karena itu asuransi takaful keluarga merespon dengan memulai peluang yang ada seperti meningkatkan penetrasi oleh agen dan memanfaatkan *brand name* perusahaan.

5. Peluang terhadap penggunaan prinsip syariah yang telah tersertifikasi oleh MUI juga memiliki peluang yang besar dikarenakan mayoritas penduduk indonesia adalah muslim. Dengan tersertifikasinya asuransi takaful keluarga menjadikan perusahaan ini menjadi salah satu asuransi pilihan umat muslim dalam berasuransi. Hal ini juga terlihat dari hasil metriks EFE yang memiliki bobot 0,113 (sangat penting) dan peringkat 3 (perusahaan telah memaksimalkan peluang) dengan skor 0,339.

Ancaman

6. Ancaman banyaknya persaingan dalam industri asuransi terhadap asuransi takaful keluarga memiliki bobot 0,077 (sedang) dan peringkat 2,25 (sedikit diatas rata – rata) dengan skor 0,162. Dari hasil matrik EFE tersebut dapat dilihat dari kemampuan asuransi takaful keluarga dalam mengatasi ancaman di persaingan dengan memaksimalkan penetrasi pasar oleh agen dan *Brand name* atau reputasi perusahaan untuk memenangkan persaingan. Hal ini juga dapat dilihat dengan peningkatan pendapatan dan dana peserta dari asuransi takaful keluarga.
7. Ancaman produk substitusi asuransi terhadap asuransi takaful keluarga yaitu paling rendah dari ancaman yang lain. Hal ini terlihat dari hasil matrik EFE yang memiliki bobot 0,062 (Sedang tapi memiliki sedikit pengaruh) dan peringkat 1,25 (perusahaan dapat mengatasi ancaman) dengan skor 0,077. Upaya untuk mengatasi ancaman tersebut perusahaan asuransi takaful

keluarga memiliki produk asuransi yang disertai investasi dan dimana dananya dapat diambil oleh peserta.

8. Ancaman harga yang kompetitif terhadap asuransi takaful keluarga memiliki bobot 0,105 (sangat penting) dan peringkat 3,5 (respon perusahaan dapat mengatasi ancaman) dengan skor 0,315. Harga yang kompetitif tentu memiliki pengaruh terhadap persaingan. Oleh sebab itu asuransi takaful keluarga melakukan inovasi produk dengan biaya terjangkau agar dapat dijangkau oleh masyarakat dan dapat memberikan proteksi yang lebih baik. produk tersebut seperti tafakul dana pendidikan dengan biaya polis hanya Rp 25.000 dan biaya bulanan Rp 15.000, kemudian takafulink salam dengan Gratis biaya administrasi selama 12 bulan pertama. Biaya administrasi sebesar Rp. 25.000,- per bulan dan masih ada produk – produk lainnya.
9. Ancaman kemudahan mendapatkan informasi oleh pembeli menjadi ancaman sangat penting bagi asuransi takaful keluarga dikarenakan takaful hanya mengandalkan penetrasi pasar oleh agen dan *brand name* atau reputasi perusahaan dimana jangkanya terbatas sementara pesaing atau kompetitor yang memiliki modal yang besar dapat memasarkan produknya tidak hanya mengandalkan agen tetapi juga melalui media elektronik dan cetak dimana jangkauannya lebih luas dan tidak itu saja juga banyak ikut serta dalam sponsor acara – acara terkenal. Hal ini terlihat dari hasil matriks EFE yang memiliki bobot paling tinggi dari ancaman lainnya yaitu 0,117 (sangat penting) dan peringkat 2 (jawaban rata – rata dimana perusahaan memulai mengatasi ancaman) skor 0,234.
10. Ancaman keadaan ekonomi terhadap takaful memiliki bobot 0,082 (sedang) dan peringkat 2 (jawaban rata- rata) dengan skor 0,166. keadaan ekonomi mempengaruhi pendapatan masyarakat dan dapat mempengaruhi dalam konsumsi masyarakat. Akan tetapi hal tersebut memiliki pengaruh yang relatif normal terhadap asuransi takaful keluarga.

D. Analisis Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari faktor-faktor internal perusahaan. Matriks IFE menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot yang diambil kuesioner 3 orang yang terdiri dari Branch manager Takaful keluarga wilayah Jawa dan Bali dengan persentase penilaian diambil sebesar lima puluh persen, manajer trener dan satu orang karyawan Takaful keluarga Yogyakarta dengan persentase penilaian dua puluh lima persen dari total penilaian. Tabel 11.

Tabel.7 Hasil Analisis Matriks IFE PT. Asuransi Takaful Keluarga
Yogyakarta

No	Faktor – Faktor Internal	Bobot (B)	Peringkat Nilai (P)	Nilai yang di bobot (B x P)
	• Kekuatan			
1	Pelayanan Konsumen	0,097	2,5	0,242
2	Pelayanan Informasi	0,111	3	0,333
3	Marketing Produk	0,079	2,5	0,158
4	Kualitas Sumber Daya Insani	0,102	2,75	0,280
5	Pembayaran Klaim	0,114	3	0,342
6	Manajemen Perusahaan	0,086	3	0,258
	• Kelemahaan			
7	<i>Personal Selling</i>	0,117	2,75	0,321
8	Sistem/ Teknologi pendukung manajemen	0,084	3	0,252
9	Strategi Bisnis	0,114	2	0,228
10	Ketersediaan Infrastruktur	0,084	3	0,252
	Total	1		2,666

Sumber ; diolah oleh Peneliti (2018)

Kekuatan

1. Kekuatan pelayanan konsumen memiliki bobot 0,097 (penting) dan peringkat 2,5 (jawaban tidak lemah dan tidak kuat) dengan skor 0,242 (Tabel.11). pembobotan berdasarkan adanya Standar Operasional Prosedure (SOP) dalam melakukan pelayanan konsumen di asuransi takaful keluarga dan fasilitas pelayanan yang memadai. Respon perusahaan ini sudah menjadi standar baku di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
2. Kekuatan pada layanan informasi di takaful keluarga memiliki peran yang sangat penting dimana konsumen dapat memperoleh informasi mudah. Di asuransi takaful keluarga memiliki layanan informasi berupa website, layanan telpon, dan kantor cabang pelayanan dan dapat dengan mudah menjadi peserta melalui sistem online. Kekuatan layanan informasi takaful keluarga memiliki bobot 0,111(sangat penting) dan peringkat 3 (kuat dibanding pesaing) dengan skor 0,333.
3. Kekuatan *marketing* produk di asuransi takaful keluarga yaitu mengandalkan agensi dalam memasarkan produknya walaupun jangkauannya terbatas akan tetapi menunjukkan peningkatan positif terhadap dana peserta dan pendapatan perusahaan. Dalam matriks IFE kekuatan marketing produk memiliki bobot 0,079 (sedang) dan peringkat 2,5 (jawaban tidak lemah dan tidak kuat) dengan skor 0,158.
4. Kekuatan sumber daya insani di asuransi takaful keluarga terlihat dari rekrutmen pegawai dan mitra kerja (agen), dimana untuk menjadi pegawai atau agen di asuransi takaful keluarga tidak hanya memiliki kualifikasi yang tinggi dan kemampuan yang baik dibidangnya akan tapi juga harus memiliki pengetahuan tentang asuransi syariah yang akan diuji oleh DPS takaful keluarga. Kekuatan sumber daya insani memiliki bobot 0,102 (sangat penting) dan peringkat 2,75 (perusahaan sudah memulai memaksimalkan kekuatan) dengan skor 0,280.
5. Kekuatan pembayaran klaim di Asuransi Takaful Keluarga memiliki bobot 0,114 (sangat penting) dan peringkat 3 (perusahaan telah

memaksimalkan kekuatan) dengan skor 0,342. kekuatan pembayaran klaim sangatlah penting bagi asuransi takaful keluarga terhadap reputasi perusahaan. Oleh karena itu, Asuransi takaful keluarga memberikan kemudahan dan pelayanan pencairan yang cepat dimana pencairan hanya 3 hari langsung ke rekening peserta jika syarat pengajuan klaim lengkap. Kemudian dapat mengajukan klaim melalui online dengan batas klaim tertentu.

6. Kekuatan manajemen perusahaan di asuransi takaful keluarga memiliki bobot 0,086 (penting) dan peringkat 3 (perusahaan telah memaksimalkan kekuatan) dengan skor 0,172. Manajemen di Asuransi takaful keluarga yaitu terpusat dan tersistematis dengan dibantu oleh aplikasi perusahaan secara online sehingga dalam melakukan pelayanan, informasi maupun klaim dapat dilakukan di manapun di wilayah pelayanan takaful keluarga. Dan kantor cabang pelayanan hanya membantu dalam pelayanan secara langsung kepada peserta dan *support* untuk para agen.

Kelemahan

7. Kelemahan *personal selling* di Asuransi takaful keluarga memiliki bobot 0,117 (sangat penting) dan peringkat 2,75 (jawaban diatas rata – rata dimana perusahaan telah memulai mengatasi kelemahan) dengan skor 0,321. Kekuatan utama penjualan di asuransi takaful keluarga adalah agen. Dimana kemampuan penjualan seorang agen menjadi sangat penting dalam penjualan produk asuransi takaful keluarga. Untuk mengatasi kelemahan tersebut perusahaan melakukan perluasan rekrutmen agen dengan memberikan pelatihan penjualan dan pengetahuan tentang asuransi syariah serta memberikan *support* baik berupa saran dan prasarana penunjang.
8. Kelemahan sistem dan teknologi penunjang manajemen di takaful menjadi penting dimana memiliki bobot 0,084 dengan peringkat 3 (perusahaan dapat mengatasi kelemahan dan lebih kuat dari pada pesaing) dengan skor 0,252. Di Asuransi Takaful Keluarga sistem dan teknologi

penunjang manajemen sudah sangat baik. Hal ini terlihat dari kekuatan manajemen perusahaan dalam memberikan layanan informasi, cepatnya pembayaran klaim serta dapat diakses dimana pun diwilayah layanan takaful keluarga.

9. Hasil penilaian matriks IFE terhadap kelemahan strategi bisnis di Asuransi Takaful Keluarga memiliki bobot 0,114 (sangat penting) dan peringkat 2 (jawaban lemah dari pesaing) dengan skor 0,228. Strategi bisnis yang dilakukan oleh Asuransi Takaful Keluarga hanya tertumpu pada agen dan *brand name* atau reputasi perusahaan berbeda jika dibandingkan pesaing atau kompetitor lain, mereka melakukan strategi bisnis yang lebih luas dengan media elektronik, media cetak, perluas kantor layanan, membangun brand name perusahaan melalui acara penting dan membuat unit link syariah. Akan tetapi pendapatan dan dana peserta selalu meningkat positif.
10. Tersediannya infrastruktur yang memadai di Asuransi Takaful Keluarga memiliki bobot 0,084 (penting) dan peringkat (perusahaan telah memaksimalkan kekuatan) dengan skor 0,252. secara infrastruktur berupa sarana prasarana dan fasilitas penunjang di Asuransi Takaful Keluarga sudah memadai baik di kantor maupun *support* untuk Agen.

Di dalam hasil penilaian matriks IFE diperoleh total bobot skor keseluruhan yaitu 2.666 mengindikasikan posisi internal perusahaan yang kuat.

E. Analisis Etika Bisnis Islam dalam Persaingan Eksternal dan Internal Perusahaan

Etika bisnis islam merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral yang berkaitan dengan kegiatan bisnis suatu perusahaan yang berdasarkan dengan nilai – nilai ajaran islam. Untuk melakukan penilaian etika bisnis islam terhadap kegiatan bisnis baik berkenaan dengan persaingan eksternal dan internal yang dilakukan perusahaan PT. Asuransi Takaful Keluarga maka kita perlu melihat dari kesesuaiannya terhadap prinsip – prinsip etika bisnis islam

berdasarkan pada hasil dari Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) dan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE).

1. Kesatuan (*Unity*) / Tauhid

PT. Asuransi Takaful Keluarga merupakan asuransi yang berdasar prinsip – prinsip dan nilai – nilai islam baik dalam operasionalnya maupun strategi bisnisnya. Dalam menyelenggarakan asuransi yang berdasar prinsip – prinsip syariah, PT. Asuransi Takaful Keluarga dibantu oleh Dewan Pegawai Syariah (DPS) yang berperan sebagai pengawas syariah. Pengawasan oleh DPS dilakukan mulai dari rekrutmen pegawai, pembuatan produk asuransi, sistem operasional, pengelolaan dan distribusi dana, hingga strategi bisnisnya juga harus berdasar pada prinsip syariah. Pada dasarnya prinsip – prinsip dan nilai – nilai islam itu bersumber pada Al Quran dan Hadits Rasulullah SAW yang dimana Al Quran dan hadits sebagai petunjuk bagi seluruh kehidupan manusia di dunia seperti yang di firmankan Allah SWT di surat Al isra ayat 9 yang berbunyi :

إِنَّ هَذَا الْقُرْآنَ يَهْدِي لِلَّتِي هِيَ أَقْوَمُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا

artinya ; “*Sesungguhnya Al Quran Ini memberikan petunjuk kepada (jalan) yang lebih lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang Mu'min yang mengerjakan amal saleh bahwa bagi mereka ada pahala yang besar*” (QS Al Isra: 9)

dan Allah SWT juga berfirman di surat Al Anfal ayat 1 yang artinya berbunyi “.... *Dan taatlah kepada Allah dan RasulNya jika kamu adalah orang-orang beriman*” (QS Al Anfal: 1) sebagai perintah untuk mengikuti Al Quran dan Hadits atau sunah Rasulullah SAW.

2. Keseimbangan (*Equilibrium*)

PT. Asuransi Takaful keluarga dalam memasarkan produknya tentu tidak melakukan monopoli pasar karena Pasar asuransi bukan merupakan pasar monopoli yang hanya dikuasai oleh satu atau beberapa perusahaan saja melainkan pasar persaingan murni yaitu pasar di mana terdapat banyak penjual dan pembeli dan mereka sudah sama-sama mengetahui

keadaan pasar. Dalam menghadapi persaingan, yang telah dilakukan oleh PT. Asuransi Takaful keluarga dalam upaya memasarkan produknya dan memperluas pangsa pasarnya serta mengatasi ancaman persaingan dalam industri asuransi dengan cara membagi 3 segmen pasar yaitu *bancassurance*, *corporate*, dan *personal* (perorangan) serta memaksimalkan penetrasi pasar oleh agen dan mengandalkan *Brand name* perusahaan yang memiliki reputasi yang baik sebagai asuransi syariah pertama di Indonesia. Dalam menghadapi persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga juga melakukan inovasi produk dengan harga yang kompetitif seperti takaful dana pendidikan, takafulink salam, takafulink salam cendekia, *fulmedicare gold*, takaful alkhairat, dan *bancassurance*. Produk – produk ini juga menggunakan prinsip – prinsip syariah dalam akad dan pengelolaannya dengan diawasi oleh Dewan Penyelenggara Syariah (DPS). Strategi bisnis yang dilakukan PT. Asuransi Takaful Keluarga merupakan hal yang umum digunakan oleh setiap perusahaan asuransi dan tidak bertentangan dengan syariah karena merupakan bagian dari bab muamalah, dimana hukum asal muamalah itu boleh, kecuali ada dalil yang melarangnya. Dalam Islam, bersaing harus adil dan tidak merugikan orang lain seperti yang di firmankan Allah dalam surat Al Baqarah ayat 148 yang berbunyi :

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيٰهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ؕ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمُ اللَّهُ جَمِيعًا ؕ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

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

Dan juga dijelaskan di surat An-Nisa : 29 yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْبَاطٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu” (QS An-Nisa: 29).

3. Kendak Bebas (*Free Will*)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif dan kepentingan individu di buka lebar. Dalam praktek dilapangan dilihat dalam penentuan harga PT. Asuransi Takaful keluarga yang memiliki harga yang kompetitif dan tidak merusak harga pasar serta terdapat berbagai penawaran produk – produk asuransi sehingga memberikan kebebasan konsumen dalam memilih asuransinya. Selain itu juga PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta juga menyediakan berbagai produk – produk untuk dipilih oleh masyarakat antara lain seperti takaful dana pendidikan, takafulink salam, takafulink salam cendekia, *fulmedicare gold*, takaful alkhairat, dan bancassurance. Dalam islam telah dijelaskan dari hakim ibnu hazaam dari Rasulullah SAW bersabda ;

عَنِ ابْنِ عُمَرَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ
وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ
أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَتَرَكَ
وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ. – رواه البخاري ومسلم

artinya; “ Jual-beli itu dengan memilih selagi keduanya (pembeli dan penjual) belum berpisah dalam transaksi tersebut, apabila si penjual berlaku jujur dan jelas maka keberkahan lah pada jual-beli mereka, dan

apabila berdusta dan diam (tidak menjelaskan) maka sirnalah keberkahan pada jual-beli mereka” (HR. Bukhori dan Muslim).

4. Tanggug Jawab (*Responsibility*)

Pertanggungjawaban dalam Islam sangat penting dimana setiap individu pasti akan dimintai pertanggungjawab dihadapan Allah SWT atas apa yang dikerjakanya seperti pada firman Allah dalam surah Al Mudtastir ayat 38 yang artinya berbunyi

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ

Artinya ; *“Tiap-tiap diri bertanggungjawab atas apa yang telah diperbuatnya”*(QS Al Mudtastir: 38).

Dalam memberikan pertanggung jawaban dan transparasi kepada masyarakat, PT. Asuransi Takaful keluarga memberikan laporan keuangan setiap triwulan dan laporan tahunan yang dapat di akses melalui wabsite resmi PT. Asuransi Takaful keluarga yaitu www.takaful.co.id. Tidak hanya itu PT. Asuransi Takaful keluarga berkomitmen dan peduli terhadap tanggungjawab sosial perusahaan diwujudkan melalui pendirian Yayasan Amanah Takaful (YAT) pada 24 Agustus 1998 yang bergerak di bidang pendidikan, layanan kesehatan, sosial kemanusiaan, wakaf al Qur'an, serta pengelolaan dan distribusi qurban secara nasional.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis atas data dan observasi di lapang maka dapat diambil kesimpulan analisis persaingan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam penelitian ini menghasilkan rumusan sebagai berikut :

1. Hasil Matrik EFE yang menunjukkan bahwa faktor yang menjadi Peluang utama PT. Asuransi Takaful Keluarga adalah *Brand name* perusahaan yang telah memiliki reputasi yang baik sebagai asuransi syariah pertama yang diprakarsai oleh ICMI dan Bank Muamalat Indonesia sehingga menjadikan keunggulan dalam persaingan. Begitu juga diikuti dengan tingkat kepercayaan pelanggan/peserta. Hal ini ditunjukan dengan selalu meningkatnya jumlah dana peserta disetiap tahunnya. Sedangkan yang menjadi ancaman utama adalah kemudahan mendapatkan Informasi oleh Pembeli dikarenakan kurangnya publikasi PT. Asuransi Takaful Keluarga dibanding pesaing.Total nilai yang dihasilkan matriks EFE yaitu 2,640 menunjukkan PT. Asuransi Takaful Keluarga mampu merespon faktor eksternal dengan memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman.
2. Hasil Matrik IFE yang menunjukkan bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama PT. Asuransi Takaful Keluarga adalah pembayaran klaim yang mudah dan cepat. Sedangkan yang menjadi kelemahan utama adalah strategi bisnis.Total nilai yang dihasilkan matriks IFE yaitu 2,666 menunjukkan PT. Asuransi Takaful Keluarga posisi internal perusahaan yang kuat.
3. Hasil dari analisis etika bisnis islam dalam persaingan eksternal dan internal perusahaan menunjukan bahwa PT. Asuransi Takaful Keluarga dalam persaingan eksternal dan internal telah sesuai dengan etika bisnis islam.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, beberapa saran disampaikan dalam kaitannya dengan penentuan prioritas strategi, hal yang perlu diperhatikan PT. Asuransi Takaful Keluarga. Saran tersebut adalah :

- 1) PT. Asuransi Takaful Keluarga diharapkan dapat memberikan informasi tentang produknya kepada masyarakat yang lebih luas dengan publikasi yang lebih baik tidak hanya melalui agensi.
- 2) PT. Asuransi Takaful Keluarga diharapkan dapat mengembangkan strategi bisnis agar dapat bersaing dalam industri.
- 3) PT. Asuransi Takaful Keluarga diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan reputasi perusahaan yang sudah baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alrawashdeh, R. (2012). The Competitiveness of Jordan Phosphate Mines Company (JPMC) Using Porter Five Forces Analysis. *International Journal of Economics and Finance* , 1916-9728.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Revisi ed.). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- asuransibank.com. (2012, Agustus 13). *asuransibank.com*. Retrieved november 29, 2017, from asuransibank.com:
<http://www.asuransibank.com/2012/08/perkembangan-asuransi-syariah.html>
- Aziz, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, D. F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Bakhri, M. S. (2003). *Ekonomi Islam dalam Sorotan*. Jakarta: Yayasan Yayasan Amanah.
- Burhanuddin, A. (2013, Mei 21). *Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Retrieved oktober 03, 2017, from afidburhanuddin.wordpress.com:
<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/penelitian-kuantitatif-dan-kualitatif/>
- cermati.com. (2016, Mei 1). *cermati.com*. Retrieved November 29, 2017, from cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/perkembangan-perusahaan-asuransi-di-indonesia>
- Collis, D. J. (2008). Competing on Resources. *Harvard Business Review* , Vol. 86 No. 6 , 143-147.
- David, F. R. (2009). *Manajemen Strategi konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Jakarta.
- Eko, J. A. (2013). Strategi Keunggulan Bersaing Pada Diva Laundry Dalam Menghadapi Persaingan Antar Usaha Jasa Laundry Di Mojokerto . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* , 50 -62.
- Farrel, M. (1957). The Measurement of Productive Efficiency. *Journal of the Royal Statistic Society, Series A, CXX, Part 3* , 253-290.

- Foris, R. H. (2015). Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan. *AGORA Vol. 3, No.1* , 736 - 741.
- Iqbal, I. (2016). Analisis The Five Forces Strategy pada Al-Mumtaz Peduli Pontianak. *Walisongo, Volume 24, Nomer 1* , 191 - 216.
- Jansirisak, T. R. (2013). Using Porter's Five Forces Model for Analysing the Competitive Environment of Thailand's Sweet Corn Industry. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR), Volume -3, No.-3* , 174 - 184.
- Karim, A. (2007). *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.
- Kasmir. (2007). *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kompas.com. (2017). *Rata-rata Belanja Asuransi Masyarakat Indonesia Capai Rp 1,29 Juta per Tahun*. jakarta: kompas.com.
- Lubis, C. P. (1994). *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mahrizal, V. (2017). *70 Asuransi di Yogya Siap Meriahkan Insurance Day 2017*. Yogyakarta: tribunjogja.com.
- Mann, M. K. (2011). Assessment of Five Competitive Forces of The Indian Apparel Ritel Industry : Entry and expension strategies for foreign Retailers. *JTATM Vol 7, Issue 2* , 1 - 14.
- Mckiernan, P. G. (1990). Generating Major Change in Stagnating Companies. *Strategic Management Journal* , 131 -146.
- Mustamu, P. J. (2015). Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces. *Agora Vol. 3 , No. 1* , 736 - 741.
- Nawatmi, S. (2010). Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Fokus Ekonomi (FE) Vol. 9, No.1* , 50 – 58.
- Nofrizal, (2017). Strategi Tumbuh Dan Bersaing di Industri Asuransi (Studi Kasus Pada BPJS Ketenagakerjaan Pekanbaru). *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol 2, No.1*, 78 - 91.
- OJK. (2015, November 19). <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Perasuransian-Berperan-Penting-dlm-Proses-Pembangunan-Nasional.aspx>. Retrieved September 25, 2017, from <http://www.ojk.go.id>: <http://www.ojk.go.id>

- OJK. (2015, November 19). <http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Perasuransian-Berperan-Penting-dlm-Proses-Pembangunan-Nasional.aspx>. Retrieved September 25, 2017, from <http://www.ojk.go.id>: <http://www.ojk.go.id>
- OJK. (2016). *Statistik Perasuransian 2016*. Jakarta: Direktorat Statistik dan Informasi Industri Keuangan Non Bank.
- Panther, S. (2016). Analisis Lima Kekuatan Porter Ud. Bumi Jaya Perkasa. *Agora Vol 4. No 1* , 149 -158.
- Porter, M. E. (1987). From Competitive Advantage to Corporate Strategy . *Harvard Business Review* 65, no. 3 , 3 - 21.
- Porter, M. E. (1976). How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review* , 142 - 167.
- Porter, M. E. (2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review* , 86 - 87.
- Porter, M. (2003). The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, Vol 37 , 549 - 578.
- Prof. Ali Yafie, d. (2003). *Fiqih perdagangan bebas*. Jakarta: Mizan.
- PT.Asuransi Takaful Keluarga. (2015). *Laporan Tahunan 2015 Annul Report*. Jakarta: Graha Takaful Indonesia.
- Purwosutjipto, H. (1999). *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Djambutan.
- Rae, J. R. (2013). Telecommunication Industry in The Sultanate of Oman using Michael Porter's Competitive Strategy Model. *Competitiveness Review: An International Business Journal Vol. 23 No. 3* , 234-259.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R& D*. bandung: alfabeta.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani Press.

Tribunjogja.com. (2018, January 15). *Tribun Jogja*. Retrieved January 17, 2018, from Tribunjogja.com: <http://jogja.tribunnews.com/2017/08/15/gugah-minat-masyarakat-berasuransi-syariah-mes-gandeng-uin-sunan-kalijaga-roadshow-seminar>

Umar. (2003). *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Umar, H. (1999). *Riset Strategi Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wheelen, D. J. (1996). *Strategic Management*. New Jersey: Addison-Wesley Publishing.

Lampiran.1 Daftar Pertanyaan Wawancara untuk Perusahaan

(Pertanyaan Umum)

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Asuransi Jiwa Takaful Keluarga Yogyakarta?
2. Apa Visi, Misi dan Tujuan PT. Asuransi Jiwa Takaful Keluarga Yogyakarta ?
3. Bagaimana struktur organisasi pada PT. Asuransi Jiwa Takaful Keluarga Yogyakarta dan apa yang menjadi tugas pada tiap bagian?

(Pertanyaan tentang peluang Perusahaan pada Faktor Eksternal)

A. Brand Name Perusahaan

- 1) Berapa Lama Asuransi Jiwa Takaful keluarga ini berkecimpung di Industri asuransi ?
- 2) Apakah dengan lamanya Asuransi Jiwa Takaful keluarga berkecimpung di Industri asuransi ini juga diikuti dengan peningkatan pengguna produk asuransi takaful?

B. Pangsa Pasar

1. Strategi apakah yang telah dilakukan Asuransi Jiwa Takaful keluarga yogyakarta dalam memperluas pangsa pasar?

C. Tingkat Kepercayaan Pelanggan

- 1) Apakah selama ini Asuransi Jiwa Takaful Keluarga yogyakarta berjalan, dan telah melayani banyak masyarakat dalam asuransi jiwa ini, juga berdampak positif dengan peningkatan jumlah pengguna asuransi ?
- 2) Apakah di Asuransi Jiwa Takaful Keluarga yogyakarta mengalami peningkatan pendapatan dan klaim di setiap tahunnya ?

D. Ketersediaan Modal yang Memadai

1. Bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan likuiditas perusahaan?
2. Bagaimana kemampuan perusahaan dalam melakukan pembayaran klaim dari nasabah?

3. Sejauh ini berapa jumlah kantor cabang PT Asuransi Takaful Keluarga yang tersebar di wilayah Indonesia ?
4. Apa saja yang telah dilakukan perusahaan dalam memasarkan produk ? dan apakah alokasi dana dalam memasarkan produk, mencukupi?

E. Penggunaan Prinsip Syariah

- 1) Apakah Asuransi Takaful Keluarga sebagai asuransi syariah telah tersertifikasi dan memperoleh pengakuan dari MUI atau lembaga resmi lainnya?
- 2) Dengan telah tersertifikasinya Asuransi Takaful Keluarga sebagai asuransi syariah, Apakah terjadinya peningkatan jumlah nasabah terutama dari masyarakat muslim ?

(Pertanyaan tentang ancaman pada Faktor Eksternal)

A. Pesaing dalam Industri Asuransi

- 1) Apa saja perusahaan asuransi yang menjadi pesaing PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?
- 2) Apakah dengan adanya perusahaan asuransi asing seperti Allianz, Prudential, Manulife dll menjadi ancaman serius bagi PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam industri asuransi ?
- 3) Bagaimana dengan perusahaan asuransi dalam negeri seperti ASM, Bumiputra, ACA, Sinarmas dll, apakah perusahaan tersebut memiliki pengaruh dalam persaingan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

B. Produk Substitusi

1. Adakah produk substitusi asuransi ? jika ada apakah berpengaruh terhadap perusahaan?

C. Harga yang kompetitif

- 1) berapa jumlah pembayaran premi PT Asuransi Takaful Keluarga ? apakah harga tersebut kompetitif dengan perusahaan asuransi lainnya?
- 2) Berapakah jumlah yang akan dicover asuransi disetiap produk yang ditawarkan ?
- 3) Bagaimana prosedur melakukan klaim di PT Asuransi Takaful Keluarga ?

D. Kemudahan Mendapatkan Informasi oleh Pembeli

- 1) Media apa saja yang di gunakan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam pemasaran ?
- 2) Saat ini berapakah jumlah agen PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta yang ada di lapangan ?

E. Keadaan sosial, ekonomi dan politik

- 1) Menurut anda, Apakah dengan jumlah pendapatan per *capital* masyarakat Indonesia saat ini mempengaruhi minat berasuransi ?
- 2) Bagaimana dengan kebijakan pemerintah indonesia, apakah berpengaruh terhadap perkembangan asuransi ?

(Pertanyaan tentang kekuatan pada Faktor Internal)

A. Pelayanan Konsumen

- 1) Apa saja pelayanan yang ditawarkan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta?
- 2) Apakah ada standar prosedur etika pelayanan nasabah oleh karyawan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?
- 3) Bagaimana dengan fasilitas dan kenyamanan kantor di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?
- 4) Bagaimana alur pelayanan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

B. Layanan Informasi

- 1) Bagaimana dengan layanan informasi yang ada di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta? Dan media informasi apa saja yang digunakan ?
- 2) Berapakah jumlah CS untuk melayani informasi langsung maupun tidak langsung?

C. Marketing Produk

- 1) Media promosi apa saja yang digunakan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?
- 2) Teknik – teknik apa saja yang digunakan untuk mempromosikan produk – produk asuransi ?

- 3) Kerjasama apa saja yang dilakukan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta untuk memperkenalkan produk perusahaan ?

D. Kualitas Sumber daya Insani

- 1) Apa saja tingkat pendidikan yang bekerja di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?
- 2) Adakah pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan pemahaman tentang asuransi syariah untuk karyawan ? dan berapa kali biasanya dilakukan dalam setahun ?
- 3) Bagaimana standar rekrutmen pegawai baru di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

E. Kemampuan Pembayaran klaim

- 1) Bagaimana kemampuan perusahaan dalam kewajiban likuiditas ?
- 2) Berapakah jumlah klaim yang sudah dicover oleh Perusahaan ?
- 3) Dimana sajakah reasuransi yang dilakukan PT Asuransi Takaful Keluarga?

(Pertanyaan tentang kelemahan pada Faktor Internal)

A. Manajemen Perusahaan

- 1) Bagaimana manajemen di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ? Apakah efektif dan produktif ?
- 2) Prestasi apa saja yang dicapai oleh perusahaan ?
- 3) Bagaimana dengan pendapatan dan kesejahteraan karyawan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

B. Personal Selling

- 1) Bagaimana Prosedur penanganan jika terjadi *complain* dari nasabah ?

C. Sistem atau teknologi pendukung manajemen

- 1) Bagaimana dengan Penggunaan dan pemanfaatan teknologi di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ? Apakah sudah maksimal ?

D. Strategi Bisnis

- 1) Strategi bisnis apa yang digunakan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

2) Bagaimana pencapaian target bisnis saat ini di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?

3) Dalam menjalankan strategi bisnis Apakah terjadi *over budgeting* ?

E. Ketersediaan Infrastruktur

1) Berapakah jumlah kantor yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga ?

2) Selain kantor – kantor cabang yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga, Adakah stand layanan lain yang dimiliki perusahaan ?

3) Apakah fasilitas kantor Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta sudah memadai ?

Lampiran.2 Kuesioner Penelitian untuk Penilaian Penentuan Bobot dan Rating
Faktor Strategis Internal dan Eksternal

ANALISIS TINGKAT PERSAINGAN
(Studi kasus PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Pekerjaan/Jabatan :

Diharapkan Bapak/Ibu dapat mengisi kuesioner ini secara lengkap, objektif, dan benar adanya, karena kuesioner ini digunakan untuk penelitian skripsi dengan tujuan ilmiah sehingga sangat dibutuhkan data yang valid dan akurat.

Peneliti

Idam Qudratuloh

14423237



PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2018

PENENTUAN BOBOT

Tujuan:

Mendapatkan penilaian para responden mengenai faktor-faktor internal maupun eksternal PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta, yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan pemasaran PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta.

Petunjuk Umum:

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh responden.
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari responden.
3. Pengisian kuesioner dilakukan secara langsung oleh responden (tidak menunda) untuk menghindari jawaban yang tidak konsisten.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan yang berbeda dengan dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

Petunjuk Khusus:

1. Bobot mengindikasikan tingkat kepentingan relatif dari setiap faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta. Penentuan bobot merupakan pandangan responden terhadap faktor strategis internal dan eksternal perusahaan.
2. Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor eksternal dan internal yang tersedia untuk PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta adalah:

1 = Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2 = Jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal

3 = Jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal

(Indikator horizontal adalah indikator yang terdapat pada kolom vertikal, dan sebaliknya

[illegible]

B. Penilaian Respon Terhadap Faktor Internal PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

1) Kekuatan

- A. Pelayanan Konsumen
- B. Layanan Informasi
- C. *Marketing* Produk
- D. Kualitas Sumber daya
Insani
- E. Pembayaran Klaim

2) Kelemahan

- F. Manajemen Perusahaan
- G. Personal selling
- H. Sistem/ Teknologi pendukung manajemen
- I. Strategi bisnis
- J. Ketersediaan Infrastruktur

[illegible]

PENENTUAN RATING

C. Pemberian Peringkat Terhadap Faktor-Faktor Internal Perusahaan (Peluang dan Ancaman)

- **Pemberian Peringkat/Rating Terhadap Peluang Perusahaan**

Petunjuk Pengisian:

1. Tentukan nilai peringkat atau rating terhadap faktor-faktor kekuatan usaha dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan Bapak.
2. Pemberian peringkat atau rating didasarkan pada keterangan dibawah ini:
Skala 4 = jika faktor tersebut sangat penting dibandingkan dengan pesaing.
Skala 3 = jika faktor tersebut penting dibandingkan dengan pesaing.
Skala 2 = jika faktor tersebut rata - rata dibandingkan dengan pesaing.
Skala 1 = jika faktor tersebut rendah dibandingkan dengan pesaing.

Pertanyaan:

Menurut Bapak, bagaimana kondisi PT Asuransi Takaful Keluarga dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) dalam hal faktor-faktor Peluang yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga sebagai berikut:

No	Faktor Eksternal	Rating
1	<i>Brand name</i> Perusahaan	
2	Pangsa Pasar	
3	Tingkat Kepercayaan Pelanggan	
4	Tersedia Modal yang memadai	
5	Menggunakan Prinsip Syariah	
...		

- **Pemberian Peringkat/Rating Terhadap Ancaman Perusahaan**

Petunjuk Pengisian:

- 1) Tentukan nilai peringkat atau rating terhadap faktor-faktor kekuatan usaha dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan Bapak.
- 2) Pemberian peringkat atau rating didasarkan pada keterangan dibawah ini:
 Skala 4 = jika faktor tersebut sangat penting dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 3 = jika faktor tersebut penting dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 2 = jika faktor tersebut rata - rata dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 1 = jika faktor tersebut rendah dibandingkan dengan pesaing.

Pertanyaan:

Menurut Bapak, bagaimana kondisi PT Asuransi Takaful Keluarga dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) dalam hal faktor-faktor Ancaman yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga sebagai berikut:

No	Faktor Eksternal	Rating
1	Banyak Pesaing dalam Industri Asuransi	
2	Produk Substitusi	
3	Harga yang Kompetitif	
6	Kemudahan Mendapatkan Informasi oleh Pembeli	
7	Pertumbuhan Ekonomi	
...		

D. Pemberian Peringkat Terhadap Faktor-Faktor Internal Perusahaan (Kekuatan dan Kelemahan)

- **Pemberian Peringkat/Rating Terhadap Kekuatan Perusahaan**

Petunjuk Pengisian:

1. Tentukan nilai peringkat atau rating terhadap faktor-faktor kekuatan usaha dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan Bapak.
2. Pemberian peringkat atau rating didasarkan pada keterangan dibawah ini:
Skala 4 = jika faktor tersebut sangat kuat dibandingkan dengan pesaing.
Skala 3 = jika faktor tersebut kuat dibandingkan dengan pesaing.
Skala 2 = jika faktor tersebut lemah dibandingkan dengan pesaing.
Skala 1 = jika faktor tersebut sangat lemah dibandingkan dengan pesaing.

Pertanyaan:

Menurut Bapak, bagaimana kondisi PT Asuransi Takaful Keluarga dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) dalam hal faktor-faktor kekuatan yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga sebagai berikut:

No	Faktor Internal	Rating
1	Pelayanan Konsumen	
2	Layanan Informasi	
3	<i>Marketing</i> Produk	
4	Kualitas Sumber daya Insani	
5	Pembayaran Klaim	
...		

- **Pemberian Peringkat/Rating Terhadap Kelemahan Perusahaan**

Petunjuk Pengisian:

- 1) Tentukan nilai peringkat atau rating terhadap faktor-faktor kekuatan usaha dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) berikut ini dengan cara memberikan tanda (√) pada pilihan Bapak.
- 2) Pemberian peringkat atau rating didasarkan pada keterangan dibawah ini:
 Skala 4 = jika faktor tersebut sangat kuat dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 3 = jika faktor tersebut kuat dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 2 = jika faktor tersebut lemah dibandingkan dengan pesaing.
 Skala 1 = jika faktor tersebut sangat lemah dibandingkan dengan pesaing.

Pertanyaan:

Menurut Bapak, bagaimana kondisi PT Asuransi Takaful Keluarga dibandingkan dengan pesaing (usaha sejenis) dalam hal faktor-faktor kelemahan yang dimiliki PT Asuransi Takaful Keluarga sebagai berikut:

No	Faktor Internal	Rating
2	Manajemen Perusahaan	
3	Personal selling	
4	Sistem/ Teknologi pendukung manajemen	
5	Strategi bisnis	
6	Ketersediaan Infrastruktur	
...		

Lampiran.3 Laporan keuangan tahunan 2015 PT. Asuransi Takaful Keluarga

Laporan keuangan tahunan 2015 PT. Asuransi Takaful Keluarga
(disajikan dalam jutaan rupiah, kecuali dinyatakan lain)

Ikhtisar Keuangan	2015	2014	2013
<i>Neraca</i>			
Jumlah Asset	1,064,512	1,040,990	952,928
Jumlah Liabilitas	240,551	242,126	258,656
Jumlah Dana Peserta	661,562	642,342	557,617
Jumlah Ekuitas	162,399	156,522	136,655
<i>Laporan Surplus (Defisit) underwriting Dana Tabarru</i>			
Pendapatan Asuransi Bersih	70,280	82,128	89,944
Beban Asuransi Bersih	53,064	65,456	78,016
Surplus (Defisit) Underwriting Dana Tabarru	36,051	34,875	23,416
<i>Laporan Laba Rugi</i>			
Pendapatan Usaha	120,387	130,929	130,416
Beban Usaha	108,041	114,665	126,238
Laba (Rugi) Bersih	20,453	17,270	15,555
<i>Rasio Keuangan (%)</i>			
Rasio Laba Bersih Perusahaan Terhadap Total Aset	1.92%	1.66%	1.63%
Rasio Laba Bersih Perusahaan Terhadap Ekuitas	12.59%	11.03%	11.38%
Rasio Pendapatan Investasi Terhadap Rata- Rata Investasi Gabungan	7.27%	10.14%	7.75%
Rasio Beban Klaim Terhadap Kontribusi Dana Tabarru	45.77%	49.29%	41.57%
Rasio beban usaha terhadap pendapatan bruto perusahaan	89.75%	87.58%	96.80%
Rasio pertumbuhan kontribusi bruto gabungan	3.49%	-4.20%	5.27%
Pertumbuhan laba bersih perusahaan	18.43%	11.03%	160.42%
Pertumbuhan asset	2.26%	9.24%	9.84%

Sumber : (PT.Asuransi Takaful Keluarga, 2015)

Lampiran.4 Penilaian Responden Terhadap Faktor Eksternal Takaful Keluarga

- **Peluang**

- A. *Brand name* Perusahaan
- B. Pangsa Pasar
- C. Kepercayaan Pelanggan
- D. Tersedia Modal yang memadai
- E. menggunakan Prinsip Syariah

- **Ancaman**

- F. Banyak Pesaing dalam Industri
- G. Produk Substitusi
- H. Harga yang Kompetitif
- I. Kemudahan Mendapatkan
- J. Informasi oleh Pembeli
- K. Pertumbuhan Ekonomi

Manager

EKSTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		2	2	3	2	3	3	2	2	2	21	0,114
B	2		2	2	2	3	3	2	3	2	21	0,114
C	3	2		3	2	3	3	3	2	3	24	0,130
D	2	2	1		2	2	3	1	1	2	16	0,086
E	2	2	2	2		3	3	2	2	2	20	0,108
F	1	1	1	2	1		2	2	1	2	13	0,070
G	1	1	1	1	1	2		2	1	2	12	0,065
H	2	2	2	3	2	2	3		1	3	20	0,108
I	2	3	2	3	2	3	3	3		3	23	0,125
J	1	2	1	2	2	2	2	1	1		14	0,076
TOTAL											184	1

Kapala Bagian Trainer

EKSTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		2	2	2	2	3	3	2	3	2	21	0,120
B	2		2	2	2	3	3	2	2	2	20	0,114
C	2	2		2	2	3	3	3	3	3	23	0,131
D	2	2	1		1	3	3	2	3	2	14	0,080
E	2	2	2	3		3	3	2	2	2	21	0,120
F	1	1	1	1	1		3	1	1	3	13	0,074
G	1	1	1	1	1	1		1	1	2	10	0,057
H	2	2	1	2	2	2	3		1	2	17	0,097
I	1	2	1	1	2	3	3	2		2	18	0,102
J	2	2	1	2	2	3	2	2	2		18	0,102
TOTAL											175	1

Karyawan

EKSTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		2	2	3	2	2	3	2	2	3	21	0,116
B	2		2	2	2	3	2	2	2	2	19	0,104
C	2	2		3	2	3	3	3	2	3	23	0,127
D	1	2	1		1	2	3	2	1	2	15	0,082
E	2	2	2	3		2	3	2	2	3	21	0,116
F	3	1	1	2	2		2	1	1	2	14	0,077
G	1	2	1	1	1	2		1	1	2	12	0,066
H	2	2	2	3	2	2	3		1	3	20	0,110
I	2	2	2	3	2	3	3	3		2	22	0,121
J	1	2	1	2	1	2	2	1	2		14	0,077
TOTAL											181	1

RATING

EKSTERNAL	RESPONDEN			HASIL RATING
	1 (50%)	2 (25%)	3 (25%)	
A	4	4	3	3,5
B	3	3	3	3
C	3	3	3	3
D	2	2	2	2
E	3	3	3	3
F	2	2	3	2,25
G	1	1	2	1,25
H	3	3	3	3
I	2	2	2	2
J	2	2	2	2

Peluang	Bobot	Rating	Bobot skor
A	0,116	3,5	0,406
B	0,111	3	0,333
C	0,128	3	0,384
D	0,083	2	0,166
E	0,113	3	0,339
F	0,072	2,25	0,162
G	0,062	1,25	0,077
H	0,105	3	0,315
I	0,117	2	0,234
J	0,082	2	0,166
Total			2,640

Lampiran.5 Penilaian Responden Terhadap Faktor Internal Takaful Keluarga

3) Kekuatan

Kelemahan

A. Pelayanan Konsumen

G. Personal selling

B. Layanan Informasi

H. Sistem/ Teknologi pendukung

C. *Marketing Produk*

manajemen

D. Kualitas Sumber daya

I. Strategi bisnis

Insani

J. Ketersediaan Infrastruktur

E. Pembayaran Klaim

F. Manajemen Perusahaan

Manajer

INTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		2	2	3	2	2	1	1	2	3	18	0,095
B	2		2	3	2	2	3	2	2	2	20	0,106
C	2	3		2	1	1	1	2	1	2	15	0,079
D	2	1	2		1	3	3	3	2	2	19	0,101
E	2	3	2	3		2	3	2	2	3	22	0,117
F	2	1	2	2	1		1	2	2	2	15	0,079
G	3	2	3	2	3	3		3	2	3	24	0,127
H	2	2	3	1	2	2	1		1	2	16	0,085
I	2	3	3	2	2	2	3	3		3	23	0,122
J	2	2	2	1	1	2	1	3	2		16	0,085
TOTAL											188	1

Staff bagian trainer

INTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		3	2	2	3	2	2	1	2	2	19	0,098
B	3		3	3	2	2	2	2	3	2	22	0,113
C	2	1		2	1	2	1	1	2	2	14	0,072
D	2	1	2		2	2	3	3	2	3	20	0,103
E	2	2	3	3		2	3	2	2	2	21	0,108
F	2	2	1	2	2		3	2	2	2	18	0,093
G	3	2	2	3	2	3		3	3	3	24	0,124
H	1	2	3	2	2	2	1		1	2	15	0,077
I	2	3	3	2	3	2	2	3		3	23	0,119
J	2	3	2	2	2	2	1	2	1		17	0,088
TOTAL											193	1

Karyawan

INTERNAL	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL	BOBOT
A		2	1	2	2	2	3	3	2	2	19	0,104
B	3		2	3	2	2	3	2	3	2	22	0,121
C	2	2		2	1	2	2	1	2	2	16	0,088
D	2	2	2		2	2	3	3	2	2	20	0,110
E	2	2	3	3		2	2	2	3	2	21	0,116
F	2	1	2	2	2		3	2	2	2	18	0,099
G	2	2	2	3	2	2		1	2	1	17	0,093
H	1	2	2	2	2	2	1		1	3	16	0,088
I	2	2	3	2	1	2	3	1		2	18	0,099
J	2	2	1	1	1	2	1	2	2		14	0,077
TOTAL											181	1

INTERNAL	RESPONDEN			HASIL RATING
	1 (50%)	2 (25%)	3 (25%)	
A	3	2	2	2,5
B	3	3	3	3
C	2	3	3	2,5
D	3	3	2	2,75
E	3	3	3	3
F	4	2	2	3
G	3	3	2	2,75
H	3	3	3	3
I	2	2	2	2
J	3	3	3	2

INTERNAL	Bobot	Rating	Bobot Skor
A	0,097	2,5	0,242
B	0,111	3	0,333
C	0,079	2,5	0,158
D	0,102	2,75	0,280
E	0,114	3	0,342
F	0,086	3	0,258
G	0,117	2,75	0,321
H	0,083	3	0,252
I	0,114	2	0,228
J	0,083	3	0,252
Total			2,666

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Informan : Prasetyawan Ardi N
Jabatan : Branch Manager PT. Asuransi Takaful Keluarga wilayah jawa & bali
Waktu Wawancara : Selasa, 16 Januari 2018
Tempat : Kantor Pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta

No	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Informan
1	Bagaimana struktur organisasi pada PT. Asuransi Jiwa Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Kalau di asuransi takaful jogja itu ada kepala cabang, bagian keuangan, bagian adminstrasi, bagian input data dan bagian pelayanan
2	Berapa Lama Asuransi Jiwa Takaful keluarga ini berkecimpung di Industri asuransi ?	Kita memulai pertama sejak tahun 1994, sampai sekarang berarti sudah 23 tahunan dan kita juga menjadi prioner asuransi syariah di indonesia
3	Apakah dengan lamanya Asuransi Jiwa Takaful keluarga berkecimpung di Industri asuransi ini juga diikuti dengan peningkatan pengguna produk asuransi takaful?	Tentunya, Kan kita memulai dari awal dan sebagai pioner asuransi syariah, gambarnya kalau ada perusahaan asuransi yang baru berdiri satu tahun dengan takaful yang sudah berdiri 23 tahun, kira2 nasabahnya nyaman dimana? Pasti yang sudah berpengalaman kan.
4	Strategi apakah yang telah dilakukan Asuransi Jiwa Takaful keluarga yogyakarta dalam memperluas pangsa pasar?	Kalau di takaful itu dalam memasarkan produk melalui mitra agensi, kalau di jogja ada 5 kantor agensi yang berkerjasama sama kita
5	Apakah Asuransi Takaful Keluarga sebagai asuransi syariah telah tersertifikasi dan memperoleh pengakuan dari MUI atau lembaga resmi lainnya?	tentunya ada mas, kan kita ada dewan pengawas syariah juga dipusat, setiap produk yang akan dikeluarkan takaful tentuk adanya pengawasan dari DPS. Bisa dilihat juga di wabsite kita.
6	Dengan telah tersertifikasinya Asuransi Takaful Keluarga sebagai asuranasi syariah, Apakah terjadinya peningkatan jumlah nasabah terutama dari masyarakat muslim ?	Indonesia kan mayoritas islam dan kita menyediakan solusi asuransi dengan prinsip syariah tentunya terjadi peningkatan nasabah muslim dan tidak cuma nasabah muslim saja, begitu juga dengan nasabah non muslim

7	Apa saja perusahaan asuransi yang menjadi pesaing PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Perusahaan multinasional yang punya sub unit syariah yang mempunyai finansial yang bagus seperti prusyariah, allianz syariah, AIA syariah, sementara yang murni syariah juga mulai bergeliat seperti JMA, ASKI
8	Apakah dengan adanya perusahaan asuransi asing seperti allianz, prudential, manulife dll menjadi ancaman serius bagi PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta dalam industri asuransi ?	Ya pastinya persaingan tetap ada, mereka juga menggunakan agensi juga
9	Bagaimana dengan perusahaan asuransi dalam negeri seperti ASM, Bumiputra, ACA, sinarmas dll, apakah perusahaan tersebut memiliki pengaruh dalam persaingan PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Sama juga, persaingan tetep ada
10	Adakah produk substitusi asuransi ? jika ada apakah berpengaruh terhadap perusahaan?	Kita kan punya produk asuransi syariah dan investasi syariah sendiri dan kita juga memiliki pialang sendiri mengelolanya di pusat. Kalau pengaruh apa ngaknya kan kita sudah beda segmen pasar dari investasi saham, reksadana
11	berapa jumlah pembayaran premi PT Asuransi Takaful Keluarga ? apakah harga tersebut kompetitif dengan perusahaan asuransi lainnya?	Kalau untuk jumlah pembayaran premi tergantung dengan calon nasabahnya mas. Untuk harga jika dibandingn dengan yang lain ya kompetitif bahkan lebih murah dari pada yang lain
12	Media apa saja yang di gunakan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam pemasaran ?	Banyak mas, kalau media ada facebook, instagram, line, wabsite terus pemasaran melalui agen juga
13	Saat ini berapakah jumlah agen PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta yang ada di lapangan ?	Kalau di jogja kita kerjasama dengan 5 agensi
14	Bagaimana dengan kebijakan pemerintah indonesia, apakah berpengaruh terhadap perkembangan asuransi ?	Yang kita lihat sendiri kaya BPJS ya kalau kita lihat positifnya masyarakat semakin lebih aware sama asuransi jadi kita juga membuat produk yang melengkapi BPJS jadi itu hal positif
15	Apa saja pelayanan yang ditawarkan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta?	Untuk takaful sendiri mempunyai banyak produk yang ditawarkan seperti takaful linksalam, takaful dana pendidikan takaful

		baitullah
16	Bagaimana dengan fasilitas dan kenyamanan kantor di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Untuk fasilitas kantor disini sudah sudah bagus ya dan lengkap untuk kenyamanan juga bisa dilihat juga sudah bagus
17	Teknik – teknik apa saja yang digunakan untuk mempromosikan produk – produk asuransi ?	Untuk teknik kita menggunakan 3 segmen ya yang pertama menggunakan agen, kedua bancassurance, yang terakhir corporate
18	Bagaimana manajemen di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ? Apakah efektif dan produktif ?	Kalau di jogja ini, kita hanya kantor cabang pelayanan mengurus administrasi dan pelayanan wilayah. Kalau untuk manajemen secara spesifik di urus di pusat. Jadi disini kita ikut ke pusat. Manajemen di takaful sudah menggunakan sistem online jadi data langsung masuk ke database perusahaan dan kalau mau input di luar wilayah sama saja langsung ke pusat jadi lebih efektif
19	Prestasi apa saja yang di capai oleh perusahaan ?	Perstasi takaful cukup banyak bisa dilihat diwabsite takaful
20	Bagaimana dengan pendapatan dan kesejahteraan karyawan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Untuk gaji pegawai menurut saya cukup, diatas umr jogja
21	Bagaimana dengan Penggunaan dan pemanfaatan teknologi di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ? Apakah sudah maksimal ?	Untuk pemanfaatan teknologi di manajemen maupun di pelayanan sudah baik. nasabah bisa menggunakan di semua wilayah pelayanan takaful dan bisa juga melakukan klaim secara online dengan batasan klaim tertentu
22	Apakah fasilitas kantor Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta sudah memadai ?	Untuk fasilitas sarana dan prasaran kantor sudah baik dan memadai

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Informan : Jodi
Jabatan : Management Trainee
Waktu Wawancara : Selasa, 16 Januari 2018
Tempat : Kantor Pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga
Yogyakarta

1	Adakah pelatihan untuk meningkatkan kinerja dan pemahaman tentang asuransi syariah untuk karyawan maupun agen? Dan berapa kali biasanya dilakukan dalam setahun ?	Kalau untuk karyawan itu yang mengadakan pusat biasanya satu minggu di training di jakarta. Materinya tentang takaful, pengentahuan syariah, dan jobdes masing – masing departemen. Setelah itu diterjunkan langsung ke kantor pelayan. Untuk pelatihan lagi biasanya dikasih jatah satu tahun sekali untuk pelatihan tapi lebih ke soft skill. Sementara untuk agen pelatihan pertama itu 6 jam membahas mengenai takaful, produk – produk takaful , tentang pengetahuan syriahnya. Terus selanjutnya kita beri pelatihan sesuai kebutuhan masing2 agensi pertiga bulan pertama. Dan dibuku juga diskusi kapan saja kalau ada masalah
2	Aspek apa saja yang diberikan kepada agen maupun karyawan dalam pelatihan?	Kalau karyawan dilatih tentang jobdes masing – masing departemmen, pemahaman tentang takaful, produk – produk takaful, dan pengetahuan tentang syariah, sementara untuk agen pengetahuan dasar tentang takaful, produk – produk takaful dan pemahaman tentang syariah.
3	Apa saja tingkat pendidikan yang bekerja di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	kalau karyawan s1, soal kalau perusahaan itu udah pakai ISO standar untuk rekrutmen. Kalau agen bebas sma bisa, s1 bisa ngak ngak ada batasan pendidikan yng penting

		kemampuan untuk memasarkan
4	Bagaimana rekrutmen pegawai dan agen di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Kalau rekrutmen langsung dari pusat biasanya prosedurnya hampir sama dengan perusahaan syariah. Kalau untuk pemahaman syariah kita ada DSN yang akan mengujinya. Kalau untuk agen itu sekarang sudah ada peraturan baru dari ojk, harus ada lisensinya jadi harus ujian dulu buat jadi agen biasanya materinya udah siapa dari ojk
5	Berapakah jumlah CS untuk melayani informasi langsung maupun tidak langsung?	Kalau ditakaful jogja Cuma satu, mbak suci CS sama pelayanan
6	Berapa jumlah agen yang berkerjasama dengan tekaful ?	Kalau jumlah agen di seluruh indonesia jumlahnya 3700 agen itu berkurang karena kena peraturan ojk yang harus ada stadarisasi agen dan harus mempunyai lisensi agen
7	Apakah fasilitas kantor Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta sudah memadai ?	Kalau fasilitas menurut saya sudah memadai paling Cuma kurang mobil kantor untuk pendukung

TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Informan : Suci
Jabatan : Customer Service dan Pelayanan Konsumen PT.
Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta
Waktu Wawancara : Selasa, 16 Januari 2018
Tempat : Kantor Pelayanan PT. Asuransi Takaful Keluarga
Yogyakarta

1	Apakah ada standar prosedur etika pelayanan nasabah oleh karyawan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Ada SOP untuk pelayanan baik secara langsung maupun via telpon seperti mempersilakan kan duduk, menanyakan keperluannya, kalau sudah selesai biasanya ditanya ada yang perlu di bantu lagi. Kalau via telpon sperti memberikan salam menanyakan keperluannya ya sama dengan langsung.
2	Media apa saja yang di gunakan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam pemasaran ?	Kalau media kita menggunakan facebook, twitter, line, instagram, wabsite
3	Apakah fasilitas kantor Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta sudah memadai ?	Menurut saya sudah memadai
4	Apa saja pelayanan yang ditawarkan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta?	Palayanan yang ditawarkan ya seperti mengurus klaim nasabah, membantu ngurus administrasi nasabah
5	Bagaimana alur pelayanan di PT Asuransi Takaful Keluarga Yogyakarta ?	Kalau untuk alur pelayanan dari kantor pelayanan dulu kalau ada masalah penting nanti biasanya kita rujuk ke pusat
6	Bagaimana prosedur melakukan klaim?	Kalau prosedur klaim itu bisa lewat online dan langsung kesini. Kalau lewat online ada batasan klaim yng tidak bisa melalui online dan harus mengirim file melalui pos juga tetapi kalau langsung ke kantor pelayan lebih baik jadi kita bisa bantu dan mengecek jika ada kekurangan administrasinya. Setelah itu biasanya 3 hari sudah cair langsung ke rekening nasabah itu kalau ngak ada masalah adminsitasi seperti kesalahan nama, alamat

7	Bagaimana Prosedur penanganan jika terjadi <i>complain</i> dari nasabah ?	Kalau untuk untuk penanganan <i>complain</i> kita tanyai seperti pelayanan bisa dan kalau terjadi permasalahan berat nanti kita rujuk kepusat atau tanya kepusat
---	---	--