

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Firdaus (Manager Aliansi ATK)

- Latar belakang ATK memproduksi Produk Takaful Ukhuwah apa? Dilatarbelakang oleh pada waktu saya lupa kapannya, ada berita di TV tentang seorang ayah yang membawa jenazah anaknya dengan gerobak di Jakarta. Si ayah ingin memakamkan jenazah anaknya tetapi dia ga punya tanah dan duit untuk menyewa pemakaman. Untuk itu, dia membawa jenazah anaknya keliling Jakarta dan sampai ke bogor. Dia mencari tanah pemakaman yang dapat dipakai untuk menguburkan anaknya secara gratis. Setelah lama mencari, si Ayah akhirnya dapat tempat pemakaman di wilayah bogor. Dari sana timbul ide, untuk membuat produk asuransi untuk masyarakat itu yang **‘dapat memberikan bantuan dana’** pemakaman dan pengurusan jenazah.
- Kapan diluncurkan produk Takaful Ukhuwah? Saya lupa tanggalnya. Pokoknya pada bulan ramadhan tahun lalu, 2007. Berarti sekitar bulan Oktober 2007.
- Apa keuntungan yang diterima oleh konsumen produk Takaful Ukhuwah? Manfaat asuransi sebesar 5 juta untuk yang meninggal biasa atau 25 juta yang meninggal karena kecelakaan.
- STP produk Takaful Ukhuwah apa? Kamu bisa lihat di slide powerpoint saya.
- Berapa penjualan produk Takaful Ukhuwah? Penjualan produk sekitar 25 rb, tp lebih detail ntar saya kirim lewat email
- Media promosi apa yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk Takaful Ukhuwah? Kami bekerjasama dengan kantor pos, BAZNAS, dan KOPKAR Takaful.
- Kenapa memilih Kantor pos? karena kantor pos memiliki cabang sampai ke pelosok desa. Jangkauannya luas.
- Siapa target pasar dari kantor pos? orang-orang yang biasa mengunjungi kantor pos, pensiun, yang mengirimkan barang atau konsumen kantor pos.
- Promosi apa yang dilakukan kantor pos? Kantor pos **‘bersifat pasif dalam promosi’**. Apabila ada orang yang menanyakan tentang Takaful Ukhuwah, baru

dijelaskan oleh karyawan kantor pos. orang itu sebelumnya melihat *banner* atau spanduk yang dipasang di kantor pos.

- Bagaimana mengontrol kegiatan dari Kantor pos? kita serahkan kepada pihak Posnya dan juga kita setiap sebulan sekali mengadakan pertemuan membahas tentang perkembangan produk Takaful ukhuwa.
- Kalau BAZNAS itu, targetnya orang kalangan atas ya? Iya, konsumen dari BAZNAS. Kita juga bekerja sama dengan orang BAZNAS yang umumnya Ustad untuk memberikan pendidikan asuransi terhadap masyarakat.
- Usaha promosi dari BAZNAS apa? Sebenarnya BAZNAS lebih aktif dalam memasarkan produk. Karena '**keterbatasan jumlah marketing**', mereka juga seperti kantor pos, pasif.
- Beda antara KOPKAR dengan ATK apa? Sebenarnya itu berada dalam satu grup Takaful Indonesia. KOPKAR itu koperasi karyawan takaful. Karyawan ATK juga bisa jadi anggota KOPKAR. Untuk produk Takaful Ukhuwah, ATK menyerahkan pemasaran kepada KOPKAR. Tapi ini hanya untuk Jakarta. Untuk daerah lain belum karena KOPKAR masih sedikit
- ATK kan ada agen free line, mereka juga menjual produk Takaful Ukhuwah? Iya. Tapi klo mereka mendapatkan konsumen di wilayah Jakarta, mereka harus lapor ke KOPKAR
- Karyawan ATK juga melakukan pemasaran produk juga? '**Iya, tp sambil. Seperti saya juga menjual Takaful ukhuwah dan juga dapat komisi**'. Karyawan pada waktu lebaran juga bawa Takaful Ukhuwah dan dijual kepada orang-orang disana.
- Penggunaan agen kan rawan dalam pencitraan produk dan perusahaan, bagaimana ATK mengantisipasi dan mengontrol itu? '**Kita mengadakan pengontrolan setiap sebulan sekali**'. Kita adakan pertemuan, pertemuannya ya bisa non formal seperti di kantor, pengajian, atau di tempat lain. Selain itu, Kita ada aturan sebelum jadi agen, agen itu diberi pelatihan dan ada sertifikat agennya juga. Kalau mereka terbukti melanggar, kita langsung keluarkan. Ini peraturannya, kamu bisa lihat di slide.

- Agen disini harus Islam semua? Ngak, tapi mereka harus meperlihatkan prilaku yang Islami. Kemaren ada yang agama laen wanita. Kita syaratkan dia pake jilbab, karena dia teidak bersedia, maka kami tidak bisa menerimanya.
- Promosi yang lain dilakukan apa? Kita kemaren '**melakukan program charity**'. Itu yang melakukan bagian PR. Program itu membagikan sembako dan Takaful Ukhuwah kepada orang sekitar ATK. Tapi sebelumnya mereka sudah didata dulu.
- Katanya juga melakukan seminar entrepreneurship juga? '**Iya, kita melakukan di Gunadharma, UPI,**' dan saya lupa.. kita memberikan pendidikan tentang ekonomi Islam, asuransi, wirausaha, lowongan jadi agen, dan Takaful Ukhuwah,
- Kenapa ga masuk ke PT yang lebih religius seperti IAIN atau PT seperti Atmajaya? Untuk IAIN ga perlu karena mereka sudah tau. Kalau Atmajaya atau semacam itu, kayaknya belum karena pasti mereka kurang berminat
- Publikasi lewat media ada pertimbangannya pak? Iya. '**Kita lihat jangkauan, biaya, dan segmen pembaca juga**'. Kita gunakan seperti Bisnis Indonesia yang jangkauannya nasional dan pembacanya orang yang sudah bekerja.

**Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan Bapak Ahmad Setiarahmanta
(Kasubag syariah, Biro asuransi Bapepam-LK)**

- Peraturan permodalan yang baru, katanya untuk menghambat perusahaan baru untuk masuk, benarkah demikian karena sudah banyak perusahaan di pasar asuransi syariah? Siapa bilang. Ga kayak gitu. Sebenarnya kita dari pemerintahan **‘menginginkan yang terbaik untuk perusahaan dan konsumen’**. Peraturan itu bertujuan untuk menjaga keselamatan dana peserta. Kalau terjadi klaim perusahaan itu dapat segera membayarkannya. Apabila perusahaan mempunyai modal kecil, terjadi klaim, dan perusahaan ga bisa bayar. bisa-bisa perusahaan pailit. Selain itu, untuk menjaga kesehatan perusahaan. kami ingin memastikan perusahaan itu harus sehat dan bisa melakukan bisnisnya dengan baik.
- Kan kalau dilihat dari peraturan sebelumnya, perubahannya kan sangat jauh, dari 2 milyar menjadi 12,5 milyar tahun ini dan 25 milyar tahun 2010 untuk yang memiliki divisi syariah? Kita harus lihat dan memperhatikan kondisi pada waktu itu. 2 milyar kan pada tahun 1992. Sekarang kan sudah 2008. Jadi sudah ga relevan lagi dengan kondisi sekarang.
- Bagaimana peran dari biro asuransi syariah? Selain untuk membahas peraturan, kita juga sekarang melakukan edukasi terhadap pentingnya berasuransi kepada masyarakat. Dalam jangka pendek ini, kita melakukan edukasi kepada siswa SMA dan PT. untuk jangka panjang, kita akan melakukan edukasi kepada ibu PKK, perkumpulan, majelis ta’lim.
- Pak, dengar-dengar orang yang masuk asuransi itu karena untuk menghindari pajak ya? Saya kurang tau. saya pikir ga. Tapi saya hanya tau PNS ya, kalau pegawai swasta saya kurang tau. kayak PNS itu, setiap kita terima gaji, kita sudah dipotong pajak dan baru bayar asuransi. Jadi ga benar.

Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Bapak M. Syaifie Zein (Ketua AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia) dan *Retakaful Division Head*)

- Asuransi syariah terutama jiwa secara teoritis kan sangat potensial dikembangkan di Indonesia. Tetapi menurut pendapat para ahli asuransi, perkembangannya akan berkembang sekitar 0.8-1 persen dari perkembangan asuransi secara keseluruhan di Indonesia. Kenapa bisa begitu pak? Kalau ditanya kayak gitu, jawabnya bisa setengah jam nih. Jadi begini, terdapat beberapa permasalahan dalam asuransi syariah. Permasalahan itu diantaranya kurangnya pengetahuan dan komunikasi. Selain itu, juga pemahaman terhadap asuransi syariah. Penelitian dari synovate tentang menjelaskan bahwa 80 persen responden hanya sekedar tahu tentang asuransi syariah. Tetapi yang paham tentang asuransi syariah hanya 10 persen. Kebanyakan yang ‘mengetahui tentang asuransi syariah bukan dari wilayah yang mayoritas Islam seperti Jawa Timur tapi malah di wilayah Medan’. Jadi **‘jumlah masyarakat yang mayoritas Islam belum tentu akan syariah dapat berkembang pesat’**.
- Peran AASI untuk dapat melakukan promosi asuransi syariah? Kalau dari AASI sendiri belum ada. Tapi kalau dari AAMAI (Asosiasi Ahli Manajemen Asuransi Indonesia) ada. Kemaren ita ada membuat program *insurance day* dengan tema *insurance go to campus*. Kita melakukan perkenalan atau edukasi pasar kepada masyarakat terutama siswa dan mahasiswa. Kita bekerja sama dengan memberitahukan tentang asuransi secara umum dan syariah juga.
- Kenapa memilih siswa atau mahasiswa? Ini program jangka panjang, kalau dituju mahasiswa, kan kedepannya mereka bisa ikut asuransi dan juga memberitahukan kepada keluarganya.
- Promosi apa yang dapat dilakukan perusahaan syariah untuk dapat berkembang? Yang saya lihat harus melakukan promosi yang giat. Melalui personal selling itu udah pasti. Kamu tahu tentang kesuksesan Prudential dalam mencapai penjualan tertinggi untuk tahun 2007, itu disebabkan oleh Prudential berani melakukan promosi melalui TV. Kan TV jangkauannya luas, jadi banyak orang tentang Prudential ada syariah juga. Selain itu, promosi ke sekolah-sekolah juga.

- Sekolahnya harus yang religius atau pesantren? Ga. Kami mengasumsikan mereka dah mengetahui dan belajar syariah dari guru atau ustad. Jadi kita fokus kepada sekolah umum aja.

Lampiran 4. Hasil Wawancara dengan Bapak Sangkut Wijaya (Manager Syariah CAR)

- Aspek-aspek demografi yang mana yang berpengaruh pada industri? Semuanya berpengaruh. Tapi yang lebih penting begini. Syariah kan secara teoritis dapat diterima oleh orang Agama Islam. Tapi **'kenyataannya ga'**. Di Indonesia dapat dibagi Islam Abangan, fanatik, dan yang melihat untung rugi dibandingkan yang konvensional. Yang abangan itu ga jelas kemana maunya. Yang fanatik ini udah pasti mau ikut tapi jumlahnya hanya sedikit. Yang banyak itu, yang membanding-bandingkan dengan konvensional.
- Aspek-aspek ekonomi yang mana yang berpengaruh pada industri? Iya **'tingkat pendapatan sudah pasti berpengaruh'**. Asuransi ini kan kebutuhan sekunder. **'Tapi juga bisa dibilang diatas skunder'**. Tingkat suku bunga iya. Sekarang tingkat suku bunga tinggi, orang jadi lebih memilih menabung daripada asuransi. Keadaan ekonomi global juga berpengaruh. Sebenarnya itu krisis ekonomi Amerika yang menglobal. Kita juga ikut terkena dampaknya. Ekspor kita jadi menurun. Jadi banyak pengangguran dibuatnya. Kalau dihubungkan dengan **'asuransi syariah sih ada hubungannya di investasinya'** dan juga permintaan asuransinya.
- Aspek-aspek politik dan hukum yang mana yang berpengaruh pada industri? Iya, sekarangkan belum ada UU yang mengatur tentang asuransi syariah secara khusus. Itu penting sekali, seandainya ada orang-orang iseng-iseng melaporkan ke MK, **'perusahaan asuransi syariah bisa bubar semua'**. Tapi sekarang UU itu sedang digodok di DPR, ya maklumlah DPR lagi banyak kerjaan karena banyak RUU yang sudah mendaftar
- Aspek-aspek sosial budaya yang mana yang berpengaruh pada industri, yang saya ketahui asuransi tidak berkembang di Indonesia karena masyarakat Indonesia masih bersifat kekeluargaan maksudnya kalau ada yang terkena musibah maka tetangga dan sanak saudaranya akan membantu. Jadi asuransi akan

berkembang di perkotaan yang sudah individual tapi diperdesaan kurang berkembang? Iya, itu juga salah satunya. Tapi yang lebih penting adalah tingkat pendidikannya. Dan satu lagi wawasannya. Karena saya pernah KKN di desa, ternyata ada seorang petani yang ikut asuransi padahal **'tingkat pendidikannya rendah tapi wawasannya luas'**.

- Siapa yang merupakan pemasok perusahaan asuransi syariah? Reasuransi.
- Apakah *bargaining power* pemasok tersebut terhadap perusahaan (kuat, sedang, atau rendah)? Jadi begini. Perusahaan asuransi itu pasti ada yang memback up. Yang memback up itu perusahaan reasuransi. Kalau dana, perusahaan asuransi dapat memilih reasuransi atau tidak tapi itu berisiko. Perusahaan akan **'melakukan negosiasi dengan reasuransi'** tentang premi dan manfaat asuransinya. **'Kalau dibilang equal-lah kekuatannya'**.
- Bagaimana *bargainin power* pembeli terhadap perusahaan (kuat, sedang, atau rendah)? Konsumen bisa dibagi dua. Konsumen individu dan perusahaan. **konsumen individu itu lemah** karena perusahaan sudah menentukan jumlah preminya. Tapi kenyataan dilapangan ada beda yaitu ada posisi yang lemah dari agen terhadap konsumen. Si agen demi mengejar target malah memberikan diskon kepada konsumen. Diskon itu dari komisi yang dia dapat. Tapi tetap saja perusahaan mempunyai posisi yang kuat. Kalau konsumen seperti perusahaan beda. Saya tidak bisa bilang kuat atau lemah. Kamu bisa menyimpulkan sendiri lah. Perusahaan biasanya menghubungi perusahaan asuransi dan **'bilang saya punya budget segini'**. Kami bisa ikut asuransi ga. Kalau ga, perusahaan ini akan mencari perusahaan lain.
- Kondisi apa yang membuat pendatang baru untuk masuk atau menghambat pendatang baru untuk masuk? **'Peraturan permodalan yang baru bisa menjadi sedikit hambatan'**. Karena sekarang syarat untuk membuka perusahaan asuransi syariah 12,5 milyar untuk cabang dan 50 milyar untuk yang full.
- Di masa yang akan datang, apakah ada peluang pendatang baru untuk masuk atau menghambat untuk masuk? Iya. **'Sekarang sudah ada 10 perusahaan yang sedang menunggu ijin dari departemen keuangan'**. Saya kurang tau itu semua untuk kerugian atau jiwa. Kamu tanya aja ke depkeu.

- Apa produk substitusi dan mana yang paling berpengaruh? Asuransi konvensional, produk tabungan bank, dan investasi lainnya.
- Bagaimana pengaruh produk tersebut (kuat, sedang, atau rendah)? Calon konsumen asuransi biasanya membanding-bandingkan manfaat atau keuntungan yang akan diperoleh. Pada saat ini **‘asuransi konvensional masih lebih memberikan keuntungan yang lebih tinggi’**.
- Bagaimana dengan tabungan bank? Pada saat ini, suku bunga bank sangat tinggi. **‘Konsumen lebih memilih tabungan bank terutama konvensional’**. Bank syariah kurang dipilih karena bunga yang ditawarkan lebih rendah dari bank konvensional. Strategi dari bank syariah untuk ini dengan merubah akad bagi hasil dengan konsumen. Dari 50:50 bisa jadi 60:40.
- Apa yang harus dilakukan untuk mengurangi ancaman produk substitusi? Ada 3 strategi menurut Philip Kotler, low price, differentiation, dan fokus. **‘Kalau memakai low price, kayaknya ga mungkin’**. Asuransi syariah pasti kalah atau ga mungkin. Karena kita punya konsorsium yang dibentuk untuk menghindari perang tarif. Karena kalau terjadi perang tarif, menurunkan manfaat asuransi dan akan membuat produk perusahaan yang preminya mahal jadi ga laku dijual. Saya pikir **‘lebih cocok menggunakan differentiation atau fokus’**. Dengan differentiation, asuransi syariah dapat menjadi unik dan berbeda dengan asuransi konvensional. Karena produk asuransi syariah sekarang ini mengikuti produk konvensional. Maksudnya apa yang ada di syariah, di konvensional juga ada. Kalau fokus, ya kayak Takaful ini dengan produk Takaful Ukhuwah. Sekarang kan masih jarang orang yang bermain di mikro karena keuntungan yang diperoleh sedikit, butuh biaya besar, tetapi orang yang akan ikut sangat besar dan masih sedikit pesaing. Jadi takaful harus fokus menggarap produk mikro nya ini.
- Bagaimana persaingan dalam industri asuransi jiwa syariah, apakah low price atau difrensiasi? Persaingannya sekarang cukup kuat. Sekarang sudah banyak perusahaan yang bermain di syariah. Tadi sudah saya bilang, low price dihindari karena kita konsorsium yang mengatur itu. Sebenarnya begini, produk asuransi syariah tiap perusahaan sama hanya beda komposisinya aja. Seperti bikin ayam goreng, kita butuh ayam, tepung, bumbu. Bedanya kan ada ayam goreng Suharti, ayam goreng mbok berek, ayam goreng si A, B. Nah begitu juga asuransi,

itu yang dimainkan oleh perusahaan. komposisinya ada premi, cara pembayaran, manfaat. Ada premi murah, pembayarannya sekali setahun, dan manfaatnya kecil. Atau premi murah, pembanyaran dua kali setahun, dan manfaatnya lebih kecil lagi. Jadi ga bisa dibilang sama.

- Peluang pasar apa yang masih belum digarap oleh industri asuransi syariah? Masih banyak. Saya ga mau memberitahukan karena ini rahasia perusahaan.

