

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka dapat beberapa kesimpulan dari penelitian yaitu:

1. Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah Cirebon dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah diantaranya jujur artinya tidak berbohong atau melakukan kecurangan dalam melakukan pemasaran produk asuransi. Amanah, artinya produk yang ditawarkan dapat dipercaya kualitas dan kuantitasnya oleh peserta asuransi. Produktif artinya tenaga kerja PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah Cirebon mempunyai kemampuan memasarkan produk asuransi dengan hasil yang memuaskan. Selanjutnya pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah Cirebon melalui dua cara yaitu *offline* dan *online*, pemasaran *offline* menggunakan agen pemasar yang secara langsung terjun kelapangan, pemasaran *online* menggunakan website.
2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan Prinsip Syariah Dalam Pemasaran Produk PT. Asuransi JMA Syariah yang mana bersumber dari Undang-Undang No.2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian dan ketentuan fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001 Tentang pedoman umum Asuransi Syariah.
Penerapan prinsip syariah pada pemasaran produk PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah sudah sesuai dengan panduan karakteristik syariah marketing. mulai dari Teistis (*rabbaniyyah*), terlihat dari Budaya kerja yang mengedepankan sikap jujur, amanah, dan transparan, Etis (*akhlaqiyyah*) secara pengetahuan dan ketentuan dari perusahaan sudah sesuai dengan etika pemasaran syariah, Realistis (*al-waqi''iyyah*), Sudah sesuai dengan pemasaran syariah dimana Produknya disesuaikan dengan permintaan pasar, namun perlu inovasi baru agar PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah lebih berbeda

dengan produk asuransi lainnya. Humanistis (*Al-insaniyah*), sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah dimana Produk dapat dinikmati atau dimanfaatkan seluruh kalangan masyarakat tanpa membedakan status baik muslim maupun non muslim semua termasuk target pasar dalam PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah begitu juga dengan prinsip-prinsip pemasaran syariah telah diimplementasikan secara keseluruhan.

3. Tantangan dalam implementasi pemasaran produk PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah ada tiga diantaranya rendahnya kesadaran masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi dan *knowledge* dari SDM.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, maka penulis akan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Lebih meningkatkan sosialisasi produk asuransi secara terencana terhadap semua pihak baik karyawan, konsumen, dan pihak terlibat lainnya.
2. PT. Asuransi Jiwa Syariah JMA Syariah Cirebon lebih teliti dalam merekrut sejumlah SDM yang memahami produk asuransi syariah, mekanisme promosi secara syariah dan mampu memahami perbedaannya dengan asuransi konvensional sehingga dapat mewujudkan asuransi yang kuat, progressif, dinamis, dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
3. Menjadikan tantangan sebagai peluang untuk mewujudkan Asuransi yang benar-benar syariah, untuk itu perlu adanya SDM yang menguasai fiqh muamalah dan ilmu ekonomi syariah yang mendalam.