

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Strategi Pelayanan**

##### **1. Pengertian Strategi**

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* (*stratos* = militer dan *agos* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu.<sup>1</sup>

Dalam kamus Manajemen istilah strategi ialah suatu rencana kegiatan yang cermat guna tercapainya tujuan tertentu serta keterkaitannya dalam ruang dan waktu. Dalam sebuah perusahaan, strategi merupakan salah satu faktor terpenting supaya perusahaan bisa berfungsi dengan baik. Strategi menggambarkan arah yang diambil bisnis dalam lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman guna alokasi sumber daya bisnis organisasi. Penggunaan kata strategi dalam manajemen atau organisasi bisa diartikan sebagai “kiat-kiat atau cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategis” “kiat-kiat atau cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi manajemen yang terarah pada tujuan strategis organisasi”.<sup>2</sup>

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), 3

<sup>2</sup> A. Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Strategi Pelayanan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011), 2-3.

menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A. Bryne endefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.<sup>3</sup>

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>4</sup>

Strategi pelayanan yang ada di Bumiputera cabang Kediri ialah berperilaku sopan terhadap calon nasabah seperti memberi salam, menyapa sebelum mempromosikan produk-produk yang ada di Bumiputera cabang Kediri, untuk yang ingin menabung bisa langsung melalui agen-agen yang ada di lapangan kemudian diarahkan datang ke kantor untuk membawa persyaratan lalu karyawan menjelaskan ketentuan-ketentuannya, sedangkan strategi pelayanan yang ada di kantor Bumiputera ialah disambut ketika masuk kantor dengan menyapa, memberi salam, menanyakan kabarnya, menanyakan apa ada yang bisa di bantu, kemudian baru membantu menyelesaikan jika ada permasalahan yang di hadapi.

Selain strategi pelayanan, faktor lain yang dianggap mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung ialah profil perusahaan pada dasarnya adalah badan usaha yang bergerak dibidang pelayanan dan jasa sehingga setiap lembaga diharapkan memberikan layanan baik produk maupun jasa yang maksimal bagi nasabah sehingga menciptakan kepuasan, nasabah yang merasa puas cenderung akan loyal dalam menggunakan jasa dari Bumiputera tersebut. Dengan kata lain Bumiputera harus

---

<sup>3</sup> Ali Hasan, marketing Bank Syariah, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), 29.

<sup>4</sup> David, Manajemen Strategi Konsep, (Jakarta: Selemba Empat, 2014), 14.

memiliki profil yang baik dinasabah maupun calon nasabah sehingga dapat nilai tambah, nilai tambah inilah nantinya akan membuat suatu perbedaan antara lembaga keuangan satu dan lembaga keuangan lainnya.<sup>5</sup>

## 2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hak lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.<sup>6</sup>

Strategi yang dirancang oleh perusahaan jasa adalah strategi pelayanan terbaik. Pelayanan yang baik terbagi menjadi beberapa jenis yaitu dari segi kualitas pelayanan dan kualitas produk. Perusahaan jasa yang memberikan pelayanan terbaik kepada orang lain merupakan pekerjaan yang sangat mulia dan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukan apa yang dijelaskan dalam hadits. Ibnu Az-Zubayr pernah menyampaikan khutbah di *Makkah*, lalu beliau berkata,

مِنْ مَلَأَ وَادِيًا أُعْطِيَ آدَمَ ابْنَ أَنْ لَوْ « يَقُولُ كَانَ – وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى – النَّبِيُّ إِنَّ النَّاسَ أَيُّهَا يَا ، الثَّرَابُ إِلَّا آدَمَ ابْنَ جَوْفَ يَسُدُّ وَلَا ، ثَالِثًا إِلَيْهِ أَحَبُّ ثَانِيًا أُعْطِيَ وَلَوْ ، ثَانِيًا إِلَيْهِ أَحَبُّ دَهَبٍ تَابَ مَنْ عَلَى اللَّهِ وَيَتُوبُ

Artinya: “Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Nabi shallallahu alaihi wasallam bersabda, “Seandainya manusia diberi lembah penuh dengan emas, maka ia masih menginginkan lembah yang kedua semisal itu. Jika diberi lembah kedua, ia pun masih menginginkan lembah ketiga. Perut manusia tidaklah akan penuh melainkan dengan tanah. Allah tentu menerima taubat bagi siapa saja yang bertaubat.” (HR. Bukhari no. 6438).<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Saida Firdausi Nuzula, Zainal Habib, Mundhori, “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di KSPPS BMT Kemitraan Bojonegoro”, Vol 1 No. 1 Juni 2021, Journal of Management and Sharia Business, 1 Juni 2021, 33

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Imam At-turmudzi, Hadits-Hadits Sahih Kepribadian Dan Budi Pekerti Rasulullah, (Jakarta: Shahih Bukhori, 2010), 4.

### **3. Fungsi Pelayanan.**

Pelayanan merupakan suatu bisnis yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang bertujuan untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang berupa produk barang dan jasa perusahaan melayani konsumen dengan baik sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan tersebut. Dalam hal ini, ada beberapa unsur yang terlibat dalam pengertian jasa, yaitu:

- a. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh semua badan usaha yang berbentuk badan lembaga atau suatu aparat pemerintahan atau swasta.
- b. Suatu objek yang dilayani yaitu masyarakat yang membutuhkan pelayanan sesuai kebutuhan.
- c. Bentuk kebutuhan pelayanan yang diberikan yaitu berbentuk barang dan jasa.

Pelayanan memiliki beberapa sisten dan aturan yang diterapkan dengan jelas dalam melaksanakan pelayanan tersebut.<sup>8</sup>

### **4. Tujuan Pelayanan.**

Tujuan pelayanan dalah memberikan suatu pelayan yang bisa memenuhi dan memuaskan konsumen dan memberikan fokus pelayanan yang baik kepada koonsumen. Menurut Sutopo dan Adi Suryo mengatahkan bahwa pelayanan dilakukan dari 2 sektor yaitu:

- a. Sektor Publik.

---

<sup>8</sup> Sinambela, "Lijan Poltak Reformasi Pelyanan Public Teori, Kebijakan, Dan Implementasi", (Jakarta: PT Bumi, Aksara 2016), 5.

Dalam sektor publik pelayanan didasarkan pada asumsi bahwa pelayanan merupakan pemberdayaan.

b. Sektor Bisnis.

Dalam sektor bisnis pelayanan memiliki tujuan atau dapat berorientasi pada profit atau untung.

Pelayanan tersebut memiliki tujuan guna memberdayakan masyarakat, bukan ke arah pemberdayaan yang akan mematikan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintahnya. Kepercayaan merupakan awal kerjasama serta partisipasi yang dibangun oleh masyarakat guna pengembangan program yang direncanakan.

Menurut Moenir, pelayanan yang memuaskan pelanggan dilayani dengan baik serta benar, dengan memperhatikan aspek teknis tertentu pelaksanaan langsung di lapangan harus bisa memenuhi kebutuhan dasar pelanggan, yaitu: berperilaku sopan terhadap pembeli atau pelanggan, bertutur kata dengan baik. dan bersikap sopan dan ramah pelanggan. Dalam hal ini juga terdapat perilaku tertentu dari pelayanan di sektor publik yang memberikan pelayanan, yaitu: Pelayanan yang baik diberikan oleh pemerintah kepada pelanggan atau pengguna pelayanan. Layanan ada karena adanya standar layanan. Konsumen adalah masyarakat, masyarakat memiliki arti yang luas, yaitu dari segi eksternal dan internal masyarakat.<sup>9</sup>

Prosedur pelayanan yang memuaskan pelanggan dengan baik serta benar menurut PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera cabang Kediri ialah berperilaku sopan terhadap calon nasabah seperti memberi salam, menyapa, menanyakan nama sebelum mempromosikan produk-produk yang ada di Bumiputera cabang Kediri, untuk yang

---

<sup>9</sup> Moenir, "Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia", (Jakarta: Bumi Aksara 2016), 6.

ingin menabung bisa langsung melalui agen-agen yang ada di lapangan kemudian diarahkan datang ke kantor untuk membawa persyaratan lalu karyawan menjelaskan ketentuan-ketentuannya, sedangkan pelayanan yang ada di kantor Bumiputera ialah disambut ketika masuk kantor dengan menyapa, memberi salam, menakan kabarnya, menanyakan apa ada yang bisa di bantu, kemudian baru membantu menyelesaikan jika ada permasalahan yang di hadapi.

## **5. Manfaat Pelayanan.**

Menurut Zenal Mukarom, manfaat pelayanan merupakan upaya guna meningkatkan kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat sebagai konsumen serta memiliki tujuan guna mengembangkan rumusan batasan suatu pelayanan. Dalam hal pelayanan yang berupa pelayanan, maka akan ada acuan mengenai bentuk, waktu, tempat, alasan dan proses pelayanan yang akan diberikan. Layanan tersebut memiliki beberapa keunggulan, yaitu:

- a. Upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat.
- b. Acuan yang bertujuan untuk dapat mengembangkan penyusunan kepada masyarakat.
- c. Acuan yang bertujuan pelayanan, konsumen dalam berbagai kegiatan pelayanan.

Dalam hal ini kesimpulan dari beberapa manfaat pelayanan adalah setiap pegawai bisa memberi pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Manfaat dari layanan tersebut dapat meningkatkan kualitas kinerja pegawai yang memiliki tujuan guna memberi pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Pelayanan yang terbaik adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan berbagai dimensi-dimensi yang sudah ditentukan. Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan.<sup>10</sup>

## **B. Keunggulan Pelayanan**

### **1. Pengertian Keunggulan Pelayanan.**

Pelayanan yang baik adalah suatu cara yang bertujuan untuk mencari tau tentang menciptakan nilai untuk suatu konsumen dan perusahaan wajib memberikan nilai tersebut.<sup>11</sup>

Menurut Thorik dan Utus pentingnya memberi pelayanan yang baik serta berkualitas karena (pelayanan) tidak terbatas pada penyediaan atau pelayanan. Pelayanan adalah pengertian, pengertian dan perasaan sehingga cara penyampaianya mengena di hati konsumen dan pada akhirnya memantapkan posisinya di benak konsumen. Jika *Heartshare* sudah tertanam dalam jiwa manusia, maka loyalitas konsumen terhadap produk atau bisnis suatu perusahaan tidak akan diragukan lagi.<sup>12</sup>

Pelayanan yang baik mendapatkan perhatian dari manajemen organisasi jasa. Jika organisasi jasa untuk menetapkan pelayanan yang baik yang ingin dicapai, maka suatu organisasi tersebut wajib memiliki tujuan yang jelas. Pelayanan jasa adalah

---

<sup>10</sup> Dra. Ratna Suminar Dan Mia Apriliawati, "Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Disempoa SIP TC Paramount Summarecon", Jurnal Sekretari, (Vol 4, No 2, 2017), 7-9.

<sup>11</sup> Tri Ulfa Wardani, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek, Skripsi, (Medan: UIN Sumatra Utara 2017), 25.

<sup>12</sup> Ibid, 26.

tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut yang bertujuan untuk memenuhi keinginan seorang konsumen.<sup>13</sup>

## **2. Strategi Keunggulan Pelayanan.**

Menurut Tjiptono, strategi kualitas jasa atau layanan itu berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan dan dapat mencakup beberapa hal:

- a. Atribut layanan nasabah adalah penyampaian layanan atau jasa dan itu harus tepat waktu dan akurat.
- b. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa pelayanan merupakan aspek penting yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu berupa menerapkan program dan Produk yang ditawarkan.
- c. System umpan balik merupakan system umpan balik yang bertujuan untuk kualitas pelayanan. Umpan balik diperlukan untuk evaluasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas perusahaan seperti jasa perusahaan dan jasa pesaing.
- d. Proses implementasi yang sebagaimana manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan konsumen sebagai kebijakan suatu perusahaan.<sup>14</sup>

## **3. Layanan yang Baik dan Berkualitas.**

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan memberikan dampak yang baik di perusahaannya, karena dampak yang baik yang diterima oleh perusahaan akan mendatangkan konsumen yang banyak. Konsumen dengan jumlah yang banyak akan mendatangkan keuntungan dan dapat mengembangkan suatu perusahaan tersebut,

---

<sup>13</sup> Wildan Sulaksana, Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Dharma Yogyakarta, 2017), 15.

<sup>14</sup> Ramat Lupiyoadi dan A, Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salembah Empat 2014), 182.



dibalik keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan yang harus prioritaskan adalah memperbaiki masalah-masalah yang terjadi dan yang dialami oleh konsumen.<sup>15</sup>

### C. Pengukuran Pelayanan.

Menurut Sharma dan Petterson mengungkapkan bahwa, pengukuran pelayanan berdasarkan dengan menggunakan ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.

#### 1. Ketepatan waktu.

Durasi adalah proses kinerja yang berhasil diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan. Waktu merupakan faktor yang sangat penting dalam menyelesaikan pekerjaan (*Time is money*). (*Time is money*) waktu adalah uang berarti Anda menggunakan waktu Anda dengan sebaik mungkin.<sup>16</sup>

#### 2. Kecepatan pelayanan.

Kecepatan layanan adalah seberapa cepat kinerja karyawan guna melayani pelanggan. Kecepatan pelayanan yang dipakai oleh anggota perusahaan mengacu pada sistem dan struktur formal yang memiliki tujuan guna mengevaluasi, mengukur dan mempengaruhi karakteristik yang berhubungan dengan pekerjaan.<sup>17</sup>

#### 3. Kerapihan hasil.

Kemurnian hasil ialah pengaturan, proses dan hasil akhir dari kinerja pegawai. Kemurnian hasil ialah salah satu bentuk hasil kinerja pegawai. Hasil kinerja karyawan

---

<sup>15</sup> Muh Yunus Bandu, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero), Rayon Makasar, Skripsi Administrasi Negara, (Makasar: Universitas Hasanudin, 2013), 23.

<sup>16</sup> Zuhud Rozaki, *The Big 4 Life*, (Yogyakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 122.

<sup>17</sup> Handi Irawan, 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), 65.

ialah hal-hal yang bisa dikembangkan perusahaan. Kebersihan hasil kerja karyawan bisa dijadikan tolok ukur guna melihat kualitas kinerja karyawan.<sup>18</sup>

Ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, kerapihan hasil menurut PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera cabang Kediri ialah kinerja karyawan yang tidak melampaui batasan dalam menyelesaikan tugasnya dalam memenuhi targetnya, kecepatan pelayanan ialah kinerja karyawan dalam melayani pelanggan tidak kurang dari target yang sudah ditentukan dalam mencari calon nasabah ataupun dalam mengerjakan tugas-tugasnya, kerapihan hasil ialah semua karyawan dalam pembukuan maupun dalam melayani nasabah ataupun calon nasabah sesuai dengan yang sudah ditentukan oleh lembaga, yang belum memenuhi apa yang ditentukan lembaga maka diadakan evaluasi apa yang menjadi kendala sehingga belum memenuhi target kemudian diselesaikan bersama.

Menurut Kotler menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik terdiri dari kualitas, layanan pelanggan dan nilai serta bisa didefinisikan dalam istilah-istilah berikut:

a. Kualitas.

Kualitas berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelanggan akan mendorong para konsumen untuk menjalin hubungan kerjasama dengan perusahaan.

b. Pelayanan Konsumen.

Pelayanan berkualitas bisa menanggapi pertanyaan serta keluhan pelanggan tentang suatu produk atau layanan dihadapan ketidakpuasan pelanggan, tetapi ini akan diselesaikan oleh karyawan perusahaan. Permasalahan yang terjadi pada suatu produk dan layanan bisa dipastikan oleh perusahaan dengan mengukur kualitas layanan.

c. Nilai.

---

<sup>18</sup> Darmadi, Manajemen Sumber Daya Manusia Kepala Sekolah Melejitkan Produktivitas, (Yogyakarta: CV Budi Utama,2010), 215.

Sesuatu dipakai guna menafsirkan sesuatu. Hal yang paling penting guna memenuhi kebutuhan yang memiliki kaitan dengan jual beli. Konsumen memilih produk atau jasa yang ditawarkan guna mendapatkan harga dan kualitas yang bagus.<sup>19</sup>

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik bisa menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ialah persepsi serta perasaan puas atau kecewa yang dialami jemaah berdasarkan kinerja produk jasa dengan harapan yang dimiliki sebelum menggunakan jasa.

#### **D. Nasabah**

##### **1. Pengertian Nasabah.**

Nasabah adalah pelanggan (*costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa. Nasabah menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998 adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah mempunyai peran penting dalam industri perbankan, dimana dana yang disimpan nasabah di bank merupakan dana yang terpenting dalam operasional bank untuk menjalankan usahanya.<sup>20</sup>

Menurut Kasmir “Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Muh Yunus Bandu, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero), Rayon Makasar, Skripsi Administrasi Negara, (Makasar: Universitas Hasanudin, 2013), 23.

<sup>20</sup> Mislah Hayati Nasution, Sutisna.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah. Volume 1 Nomor 1, 65.

<sup>21</sup> Sonny Koeswara, Muslimah. 2013. Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan, Jurnal Pasti. Volume 8 Nomor 1, 3.

Menurut Saladin nasabah adalah “Konsumen-konsumen sebagai penyedia dana”.<sup>22</sup>

Menurut Tjiptono pengertian nasabah adalah “Setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan”.<sup>23</sup>

Menurut Komaruddin nasabah adalah “Seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah bank.”<sup>24</sup>

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah lembaga keuangan.

## **E. Asuransi**

### **1. Pengertian Asuransi.**

Kata “asuransi” berasal dari Bahasa-bahasa asing diantaranya adalah: “*assurantie*” berasal dari bahasa Belanda, yang berarti pertanggung, Bahasa Italia “*insurensi*”, yang berarti jaminan, Bahasa Inggris “*assurance*”, yang berarti jaminan, Bahasa Arab “*At-ta'min*”, yang berarti perlindungan, ketenangan, rasa aman dan bebas dari rasa takut. Dari segi bahasa menurut Wirjono berarti sebuah persetujuan pihak, yang menjamin berjanji kepada pihak yang dijamin atas kerugian yang mungkin akan

---

<sup>22</sup> Evi Yupiter, Raina Linda Sari. 2012. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan. Jurnal Ekonomi dan Keuangan. Volume 1 Nomor 1, 2013, 49.

<sup>23</sup> Dwi Perwitasari Wiryaningtyas. 2016. Pengaruh Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Growth. Volume 14 Nomor 2, 2014, 50.

<sup>24</sup> Ibid.

diderita oleh yang dijamin karena akibat dari sebuah peristiwa yang belum jelas terjadi.<sup>25</sup>

- a. Abbas Salim berarti suatu kemauan untuk menetapkan kerugian-kerugian kecil (sedikit) yang sudah pasti sebagai (substitusi) kerugian-kerugian yang belum pasti.
- b. Syaikh Musthafa az-Zarqa berarti cara dalam menghindari risiko yang akan dihadapinya.
- c. Ensiklopedi Hukum Islam berarti transaksi perjanjian antara dua pihak; pihak pertama berkewajiban untuk membayar iuran dan pihak lain berkewajiban memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran.
- d. UU No. 2 thn 1992 pasal 1 berarti perjanjian antara dua pihak atau lebih dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan pergantian kepada tertanggung karena suatu kerugian, kerusakan dan lain sebagainya.

Ayat Al-Quran Tentang konsep asuransi dan yang memiliki muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi yaitu terdapat pada surat Al-Maidah ayat 2, yang artinya:

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”*.

---

<sup>25</sup> Rodoni, Ahmad dan Hamid, Abdul, Lembaga Keuangan Syariah, (Zikrul Hakim: Jakarta, 2013), 93.