

Penerapan Etika Bisnis Islam Oleh Agen Asuransi Syariah Pada PT. Asuransi Jiwa Al- Amin Cabang Makassar

Husri¹, Djaenab², Muh. Isyad³

¹Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

²Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

³Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Makassar, Indonesia

Article History:

Received: 09/10. 2025

Revised: 16/11, 2025

Accepted: 16/12, 2025

Available online 02/01, 2026

*Correspondence:

Address:

Perumahan racita garden 3 blok d no.4

Email:

husri197@gmail.com

Abstract:

Since an insurance business may market or offer its goods to potential clients through an agent, the role of an insurance agent is very strategic. Given the significance of an agent's presence for an insurance firm, an agent must possess insurance expertise. The following are the study's goals: 1) To ascertain the morality of PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar's sharia insurance brokers' selling of insurance products. 2) To ascertain the barriers that agents at PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar face while attempting to apply Islamic business principles 3) To ascertain how PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar's sharia insurance agents use Islamic business ethical principles. Qualitative research methodology is employed. The study's findings show how PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar Branch uses sharia insurance agent ethics to sell its goods. Honesty, accountability, and not pressuring potential clients are the three key elements used. Target pressure, inadequate training, poor customer comprehension, and trouble communicating the idea of risk sharing are some of the challenges encountered. In accordance with sharia principles, agents who use the siddiq, amanah, fathanah, and tabligh principles promote the development of trust and commercial benefits.

Keywords: Agent, Insurance, Business, Ethics, Islam

Abstrak:

Mengingat bahwa suatu usaha asuransi dapat memasarkan atau menawarkan produknya kepada calon nasabah melalui agen, maka peran agen asuransi sangatlah strategis. Mengingat pentingnya keberadaan agen bagi suatu perusahaan asuransi, maka seorang agen harus memiliki keahlian di bidang asuransi. 1) Untuk mengetahui moralitas agen asuransi syariah dalam mempromosikan produk asuransi di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar merupakan salah satu tujuan penelitian ini. 2) Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi agen di PT Asuransi Syariah Jiwa Al Amin Makassar dalam menerapkan standar bisnis Islam. 3) Untuk mengetahui bagaimana agen asuransi syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar menggunakan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Metodologi penelitian kualitatif digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika agen asuransi syariah dalam memasarkan produk di PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Makassar terdapat tiga aspek utama yang diterapkan adalah kejujuran, tanggung jawab, dan tidak memaksa calon nasabah. Hambatan yang dihadapi meliputi tekanan target, kurangnya pelatihan, rendahnya pemahaman nasabah, dan sulitnya menjelaskan konsep sharing risk. Penerapan prinsip siddiq, amanah, fathanah, dan tabligh oleh agen mendorong terbangunnya kepercayaan dan keberkahan bisnis sesuai prinsip syariah.

Kata Kunci: Agen, Asuransi, Bisnis, Etika, Islam

PENDAHULUAN

Permasalahan yang dihadapi perusahaan asuransi di negeri ini adalah minimnya sumber daya manusia (SDM) dan minimnya kesadaran masyarakat akan pentingnya asuransi dalam kehidupan sehari-hari. Nasabah menjadi tidak puas akibat adanya pembatasan tersebut (Yadi Januari 2015). Untuk mengurangi ketidakpuasan tersebut, yaitu dengan cara mempengaruhi penyedia jasa dan nasabah yang dibentuk oleh tenaga SDM yang menjual barang secara langsung kepada masyarakat umum atau nasabah.

Kebaikan dan ketakwaan ditopang oleh asuransi syariah (al birri wat taqwa). Karena firman Allah SWT memerintahkan kita untuk ta'awun (saling tolong-menolong) dalam bentuk al birri wat taqwa (kebaikan dan ketakwaan) dan melarang ta'awun dalam bentuk al itsmi wal udwan (dosa dan permusuhan), maka gagasan ini menjadi landasan bagi setiap akad transaksi bisnis dalam bentuk tolong-menolong (akad takaful), yang menjadikan semua peserta sebagai keluarga besar yang saling mendukung ketika menghadapi risiko. Ketika akad tersebut dilaksanakan, maka terwujudlah gagasan saling tolong-menolong ini. (Sula 2015).

Menurut fatwa DSN bagian pertama No. 21/DSN-MUI/X/2001, fatwa Dewan Asuransi Syariah Nasional Majelis Ulama Nasional (DSN-MUI) tentang pedoman umum asuransi syariah, asuransi syariah (juga dikenal sebagai tamin, takaful, atau tadhmun) didefinisikan sebagai suatu usaha untuk saling melindungi dan menolong satu sama lain dalam sejumlah pihak atau melalui investasi dalam bentuk aset dan taburru yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui suatu akad Istilah "ta'awun" yang merujuk pada prinsip hidup yang saling melindungi dan menolong berdasarkan persaudaraan Islam antara sesama peserta asuransi syariah dalam menghadapi situasi yang tidak pasti dan merugikan, merujuk pada akad yang sesuai dengan syariat asuransi syariah dan saling melindungi serta menolong. Hal ini juga sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Maidah 5:2.;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا
مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ
تَعْتَدُوا ۚ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۚ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemahannya:

“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” (QS. Al-Maidah [5]:2).

Jelaslah bahwa asuransi syariah mensyaratkan adanya empat komponen. "Penjamin" adalah orang yang dapat menanggung atau menjamin dalam suatu perjanjian berdasarkan adanya hubungan hukum antara kedua belah pihak yang mendasari terjadinya hubungan perdata (muamalah). Kedua, premisnya adalah sejumlah uang tertentu yang bersedia dibayarkan oleh tertanggung, dan pihak kedua—disebut sebagai "tertanggung"—mendapat kompensasi jika mereka mengalami bencana sebagai akibat dari suatu peristiwa yang tidak pasti. Ketiga, jika terjadi klaim atau berakhirnya jangka waktu perjanjian, tertanggung menerima pembayaran dari perusahaan asuransi. Keempat, ada kejadian yang tidak dapat

diprediksi dan melibatkan risiko yang mungkin terjadi atau mungkin tidak terjadi. (A, R. Rezky Kun dan Z 2015).

Karyawan pemasaran yang dikenal sebagai agen asuransi merupakan salah satu dari banyak orang yang terlibat dalam pengoperasian perusahaan asuransi. Masyarakat dan bisnis asuransi terhubung melalui agen asuransi. Perusahaan yang menyediakan asuransi jiwa dan umum bergantung pada pihak lain untuk mempromosikan produk mereka. Akan tetapi, karena fungsi utama mereka adalah bertindak sebagai penghubung antara klien dan perusahaan asuransi, agen asuransi tidak dapat sepenuhnya dianggap sebagai saluran distribusi untuk produk asuransi. Agen asuransi merupakan lembaga eksternal dalam praktik bisnis, yang berarti bahwa mereka dapat berupa orang atau organisasi komersial yang beroperasi di luar struktur organisasi perusahaan.

Menurut teori keagenan, hubungan antara pemilik dan manajemen menjelaskannya. Sebagai agen, manajemen memiliki kewajiban moral untuk memaksimalkan keuntungan pemilik (prinsipal) dengan imbalan pembayaran sesuai dengan ketentuan perjanjian. (Daulay dan Muhammad 2019).

Karena bisnis asuransi dapat memasarkan atau menawarkan produknya kepada calon klien melalui agen, peran agen asuransi sangatlah strategis. Mengingat pentingnya keberadaan agen bagi perusahaan asuransi, maka agen harus memiliki keahlian asuransi. Tugas agen di perusahaan asuransi adalah menawarkan dan menjual produk secara langsung kepada calon klien sambil memberikan semua informasi yang mereka butuhkan. Seorang agen asuransi juga harus mempertimbangkan sejumlah faktor dan mengubahnya menjadi tugas yang menuntut tanggung jawab penuh. Di antaranya adalah mengedukasi masyarakat tentang nilai asuransi dalam kehidupan, menguraikan rincian operasi perusahaan asuransi, menarik sebanyak mungkin calon pemegang polis atau nasabah, menjaga kepercayaan perusahaan dan masyarakat, serta menjunjung tinggi reputasi perusahaan. Tidak jarang seorang agen yang memiliki lisensi asuransi syariah benar-benar memahami konsep asuransi.

Agar tujuan strategis PT Asuransi Jiwa Syariah Cabang Al-amin Makassar dapat berjalan selaras dengan tuntutan moral, maka sangat penting bagi para agen untuk mematuhi etika bisnis. Namun demikian, dalam hal ini para pialang asuransi syariah PT Asuransi Jiwa Syariah belum sepenuhnya memasukkan etika bisnis Islam dalam pekerjaannya., seperti kurangnya pelatihan khusus tentang asuransi Syariah sehingga mereka tidak sepenuhnya memahami dan menerapkan etika bisnis Islam dalam pemasaran produk asuransi jiwa dan kode etik yang tidak diperkuat, agen asuransi syariah meskipun sudah diberikan persyaratan dan diperkuat oleh kode etik dari *allianz* namun kode etik tersebut tidak sepenuhnya dijalankan dengan baik oleh agen asuransi PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin.

METODE

Jenis Penelitian, Berdasarkan sifat permasalahan yang diteliti, penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan desain penelitian kualitatif dan metodologi deskriptif analitis (Sugiyono 2015). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan dengan menggunakan pengamatan terhadap suatu fenomena di habitat aslinya. Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data

sekunder. Metode pengumpulan data meliputi dokumentasi, wawancara, serta observasi. Prosedur analisis data meliputi sintesis, klasifikasi, dan reduksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Makassar adalah perusahaan asuransi jiwa berbasis syariah yang berkomitmen untuk memajukan industri asuransi di Indonesia, khususnya dalam memenuhi kebutuhan mereka yang menginginkan transaksi sesuai prinsip syariah Islam. Nama perusahaan dipilih setelah pertimbangan yang matang dan pemahaman yang mendalam tentang karakteristik industri asuransi yang berlandaskan kepercayaan.

Komite cabang Makassar PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin memandang pemenuhan akad perlindungan asuransi syariah bagi peserta dan pemegang polis sebagai landasan utama yang mencerminkan filosofi perusahaan. Filosofi ini berakar pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam dan prinsip-prinsip dasar asuransi, khususnya prinsip itikad baik yang setinggi-tingginya. Komitmen ini diwujudkan melalui pelaksanaan tugas dan kegiatan usaha secara sehat dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Nilai-nilai inilah yang menginspirasi pemilihan nama "Al Amin", yang artinya "Terpercaya".

Etika Agen Asuransi Syariah dalam Memasarkan Produk Asuransi pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al-amin Cabang Makassar

Etika bisnis kini semakin mendapat perhatian di masyarakat, seiring dengan semakin cepat dan meratanya kegiatan bisnis. Etika bisnis dapat diartikan sebagai norma-norma etika yang mengatur hubungan antar pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dalam konteks Islam, etika bisnis mengacu pada seperangkat nilai moral yang digunakan untuk membedakan perilaku benar dan salah dalam dunia bisnis, terlepas dari bentuk dan kepemilikan aset (baik barang maupun jasa) serta keuntungannya. Namun, batasannya terletak pada cara memperoleh dan memanfaatkan aset tersebut, yang harus sesuai dengan prinsip halal dan haram. Dengan demikian, praktik bisnis harus dijalankan berdasarkan tuntunan hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan Hadits.

Agen dalam asuransi adalah perantara antara perusahaan asuransi dengan calon nasabah. Dalam asuransi syariah agen memiliki tugas untuk memasarkan produk-produk yang ada pada perusahaan. Namun dalam memasarkan produk agen juga harus memperhatikan atau menerapkan etika-etika yang baik agar nasabah dapat dengan gampang menerima. Etika agen asuransi syariah pada saat memasarkan produk adalah aspek krusial yang membedakan industri ini dari asuransi konvensional. Etika tersebut tidak hanya mengatur perilaku profesional, tetapi juga memastikan bahwa seluruh aktivitas pemasaran sejalan dengan ketentuan syariah.

Pialang asuransi Islam harus menunjukkan sejumlah sikap etis saat mempromosikan barang, seperti:

1. Kejujuran

Kejujuran bagi agen asuransi syariah merupakan sikap fundamental yang menuntut integritas tinggi dalam setiap interaksi dengan nasabah. Kejujuran tidak hanya mencerminkan nilai moral individu, tetapi juga menjaga pilar utama dalam membangun kepercayaan dan

keberkahan dalam bisnis syariah. Dalam memasarkan produk agen harus menyampaikan informasi produk secara benar.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Suyuti, perwakilan cabang Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar yang mengatakan:

Kejujuran adalah fondasi utama dalam pekerjaan saya. Saya selalu memastikan untuk menyampaikan informasi produk secara lengkap dan tidak menyesatkan. Misalnya, saya tidak menjanjikan keuntungan pasti kepada calon nasabah, karena dalam asuransi syariah, hasil investasi bergantung pada kinerja dana yang dikelola secara kolektif (Suyuti 2025).

Merujuk pada wawancara di atas, agen asuransi syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar mengutamakan sikap jujur dalam memasarkan produk. Para agen juga tidak melakukan penipuan atau menyembunyikan informasi penting dari calon nasabah. Sehingga masyarakat dapat menyakini bahwa produk yang dipasarkan oleh agen dapat berguna dengan baik bagi masyarakat itu sendiri.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Mandani dan Rahmi 2022) dimana Penelitian ini menekankan pentingnya etika dalam pemasaran asuransi syariah. Agen diharapkan menjalankan tugas mereka dengan mengedepankan kejujuran dan transparansi dalam menyampaikan informasi produk kepada calon nasabah. Sejalan dengan nilai-nilai syariah yang menjunjung tinggi kejujuran dan integritas dalam bertransaksi komersial, keterbukaan dan kejujuran ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap barang yang disediakan.

Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan temuan (Imsar et. al. 2022) dimana penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah terhadap produk asuransi syariah sangat dipengaruhi oleh transparansi dan kejujuran agen asuransi. Agen yang tidak menyembunyikan informasi penting dan memberikan penjelasan yang jelas akan membangun kepercayaan nasabah, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap perusahaan asuransi syariah. Dengan kata lain, agen yang transparan dalam komunikasi mereka berkontribusi pada hubungan jangka panjang yang lebih kuat dengan nasabah.

2. Bertanggungjawab

Bertanggungjawab dalam artian yaitu agen harus bertindak sebagai wakil perusahaan dan harus menjaga kepercayaan nasabah dengan memberikan layanan yang sesuai dengan akad dan prinsip syariah.

Hal ini sesuai ungkapan Ibu Suyuti selaku agen Asuransi Jiwa Syariah Al-amin cabang Makassar, yang mengatakan bahwa:

Saya bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang benar dan membantu nasabah memahami produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Saya juga tidak menyalahgunakan data pribadi nasabah untuk kepentingan pribadi (Suyuti 2025).

Berdasarkan wawancara di atas agen asuransi syariah di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar memasarkan produk telah bertanggungjawab. Hal ini dilakukan agar agen dapat menjaga kepercayaan nasabah. Agen asuransi syariah bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam berinteraksi dengan nasabah. Oleh karena itu, mereka harus menjaga

kepercayaan yang diberikan dengan menyampaikan informasi produk secara akurat dan tidak menyesatkan. Hal ini sejalan dengan kode etik yang mengamanatkan agar agen bertindak terhormat dan bertanggung jawab terhadap peserta asuransi, bisnis, masyarakat, dan yang terpenting kepada Allah SWT.

Hal diatas sejalan dengan Penelitian (Ismawati 2023) yang menekankan bahwa agen asuransi syariah memiliki tanggung jawab moral dan profesional untuk menyampaikan informasi produk secara jujur dan transparan. Agen harus memastikan bahwa calon nasabah memahami sepenuhnya manfaat dan risiko dari produk yang ditawarkan.

Kemudian menurut (Suryani 2020) tanggung jawab agen asuransi syariah ditunjukkan dengan kesungguhan agen dalam memahami kebutuhan nasabah dan menyampaikan produk dengan jelas dan benar. Agen bertanggung jawab tidak hanya terhadap kesejahteraan nasabah, dengan menjunjung tinggi prinsip keadilan dan keterbukaan dalam setiap interaksi.

3. Tidak Memaksa

Menurut (Cialdini 2019) dalam teorinya tentang prinsip persuasi, keputusan yang diambil secara sadar dan sukarela jauh lebih efektif dan bertahan lama dibandingkan keputusan yang diambil karena paksaan. Memaksa justru menimbulkan resistensi psikologis (*reactance*) yang membuat orang cenderung menolak. Memberikan informasi yang cukup membantu calon nasabah merasa berdaya, sehingga mereka lebih terbuka dan percaya pada keputusan yang mereka buat.

Agen tidak boleh memaksakan produk kepada calon nasabah, melainkan memberikan informasi yang cukup agar nasabah dapat membuat keputusan secara sadar dan sukarela.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Suyuti, perwakilan cabang Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar yang mengatakan:

Saya selalu memastikan bahwa calon nasabah memahami produk yang saya tawarkan. Saya menjelaskan manfaat, risiko, dan ketentuan polis secara transparan. Jika mereka membutuhkan waktu untuk berpikir atau berdiskusi dengan keluarga, saya menghormati keputusan tersebut. Saya percaya bahwa keputusan yang diambil dengan kesadaran penuh akan menghasilkan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Suyuti 2025).

Berdasarkan wawancara di atas tidak memaksa dalam etika agen asuransi syariah menekankan pentingnya menghormati kebebasan dan kesadaran calon nasabah dalam membuat keputusan. Dengan menerapkan prinsip ini, agen tidak hanya menjalankan tugasnya secara profesional, tetapi juga menjaga integritas dan kepercayaan dalam hubungan dengan nasabah.

Moral dan etika memegang peranan penting dalam kehidupan manusia, di mana keduanya sangat penting dalam segala hal. Setiap individu, anggota masyarakat, dan warga negara memiliki etika. Betapa pentingnya etika, khususnya dalam dunia bisnis, dan bagaimana kinerja perusahaan berkorelasi dengan standar etikanya. Khususnya dalam asuransi jiwa syariah cabang Al-Amin, Makassar, etika sangatlah penting.

Menurut penelitian (Zainuddin, et. al) menyatakan bahwa dalam memasarkan produk asuransi syariah, agen diharapkan tidak menggunakan paksaan (*ikrah*) kepada calon nasabah.

Praktik pemasaran harus dilakukan dengan pendekatan persuasif yang menghormati hak memilih calon nasabah.

Sedangkan pada penelitian (Ramadhani 2020) menyatakan bahwa pemasaran yang berbasis etika, terutama tidak memaksa calon nasabah untuk membeli produk, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Calon nasabah yang merasa diberi kebebasan dalam memilih lebih loyal terhadap perusahaan.

Ketiga faktor tersebut menunjukkan bahwa Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Makassar telah menjalankan etika asuransi syariah dengan baik. Selain untuk meningkatkan efektivitas operasional penerapan prinsip asuransi syariah, hal ini penting untuk menjaga keberlanjutan, integritas, dan legitimasi lembaga dalam menghadapi berbagai tantangan saat ini.

Hambatan Agen dalam Menerapkan Etika Bisnis Islam pada PT Asuransi Syariah Jiwa Al-amin Cabang Makassar

Penerapan standar bisnis Islam oleh agen asuransi syariah tidak selalu berjalan mulus dalam kehidupan nyata. Sekalipun bisnis tersebut berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah, para agen tetap menghadapi sejumlah tantangan saat mencoba menerapkan nilai-nilai etika Islam secara teratur di tempat kerja. Tantangan-tantangan tersebut disebabkan oleh sejumlah hal, termasuk pengetahuan agen itu sendiri, tempat kerja, dan kekuatan pasar eksternal. Tantangan-tantangan tersebut harus dipecahkan di PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar agar praktik bisnis syariah benar-benar terwakili dalam perilaku kerja agen sehari-hari dan bukan sekadar formalitas.

Adapun beberapa hambatan yang dihadapi agen dalam menerapkan etika bisnis Islam di perusahaan tersebut antara lain:

1. Tekanan target

Agen kerap dibebani target penjualan yang tinggi, yang kadang membuat mereka lebih fokus pada pencapaian kuantitas daripada kualitas pelayanan. Dalam kondisi ini, agen bisa saja tergoda menggunakan cara yang tidak etis untuk mencapai target.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Yanti selaku perwakilan dari Kantor Cabang Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar yang mengatakan:

Hambatan terbesar nya adalah tekanan target penjualan. Kadang teman-teman tergoda untuk janji-janji muluk biar nasabah cepat tanda tangan (Yanti 2025).

Berdasarkan wawancara di atas Agen mengungkapkan bahwa tekanan untuk mencapai target penjualan yang tinggi menjadi tantangan utama. Hal ini membuat agen lebih fokus pada pencapaian angka ketimbang memperhatikan kualitas pelayanan dan etika bisnis yang seharusnya dijalankan sesuai prinsip syariah.

Tekanan target penjualan bisa memengaruhi integritas etika bisnis, terutama dalam konteks asuransi syariah. Meskipun mereka berusaha untuk menjaga prinsip-prinsip syariah, tekanan untuk mencapai target kadang-kadang mendorong agen untuk membuat pilihan yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti membesar-besarkan manfaat produk. Oleh karena itu, pelatihan yang lebih fokus pada etika bisnis Islam serta dukungan dari perusahaan dalam hal kualitas pelayanan dapat membantu agen menjalankan pekerjaan mereka dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.

Ada beberapa solusi untuk mengatasi tekanan target diantaranya:

- 1) Penetapan target yang realistis dan berbasis data
- 2) Pendekatan berbasis kualitas layanan, bukan kuantitas penjualan
- 3) Sistem reward yang mengapresiasi integritas
- 4) Membangun komunikasi terbuka antara manajemen dan agen

Temuan peneliti ini sejalan dengan penelitian (Nigsih 2019) yang menyatakan bahwa penelitian menunjukkan bahwa tekanan pencapaian target penjualan bisa diminimalkan dengan meningkatkan kompetensi agen dan strategi pemasaran berbasis nilai-nilai syariah. Tekanan target bisa dikelola melalui penguatan kompetensi tanpa harus melanggar prinsip etika bisnis Islam.

Kemudian pada penelitian (Supoto dan Sutano 2011) mengkaji bahwa perilaku etis dan fokus pada kebutuhan pelanggan mampu meningkatkan kinerja tenaga penjual. Saat berada di bawah tekanan target, agen yang berperilaku etis sering kali lebih sukses dalam jangka panjang daripada mereka yang terlibat dalam taktik menipu. Tekanan target tidak selalu berdampak negatif jika ditangani dengan perilaku etis dan orientasi yang benar terhadap pelanggan.

2. Kurangnya pelatihan

Kendala internal dalam penerapan etika bisnis yaitu perusahaan belum secara maksimal memberikan pelatihan rutin mengenai etika bisnis syariah. Tanpa pembinaan yang berkelanjutan, agen akan kesulitan memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah secara menyeluruh. Begitu pula dengan Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin cabang Makassar yang masih menjalani persyaratan pelatihan.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Yanti selaku perwakilan dari Kantor Cabang Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar yang mengatakan:

Pelatihan ada, tapi kadang tidak cukup detail. Harus lebih banyak studi kasus nyata agar agen lebih paham situasi di lapangan (Yanti 2025).

Berdasarkan wawancara di atas Meskipun perusahaan menyediakan pelatihan untuk agen, pelatihan tersebut dirasa belum cukup mendalam. Ini bisa berarti bahwa materi yang diberikan terlalu umum atau kurang mencakup aspek praktis yang sering dihadapi oleh agen di lapangan. Agen membutuhkan pengetahuan yang lebih spesifik dan detail terkait bagaimana menerapkan prinsip syariah dalam menghadapi situasi bisnis yang kompleks.

Menurut (Pratiwi(2020), pelatihan untuk agen asuransi syariah cenderung terlalu teoritis dan kurang membekali agen untuk menghadapi situasi praktis di lapangan. Sementara itu, (Firmansyah 2021) menemukan bahwa materi pelatihan sering kali masih bersifat umum dan belum sepenuhnya mengajarkan keterampilan menangani dilema syariah dalam praktik bisnis.

Studi kasus nyata menjadi sangat penting karena dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai situasi yang mungkin dihadapi agen dalam pekerjaan sehari-hari. Misalnya, bagaimana cara menghadapi nasabah yang tidak mengerti konsep asuransi syariah, atau bagaimana menangani situasi di mana agen merasa tertekan untuk mencapai target penjualan.

Dengan menggunakan studi kasus nyata, agen bisa lebih mudah memahami langkah-langkah yang sesuai dengan etika bisnis Islam dalam menghadapi tantangan tersebut Pelatihan

yang lebih terfokus pada studi kasus memungkinkan agen untuk lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi situasi yang serupa di lapangan. Selain mempelajari teori, agen juga memperoleh keterampilan praktis untuk mengatasi berbagai masalah terkait nilai-nilai syariah, seperti menjunjung tinggi kejujuran dan transparansi, serta menjauhi tindakan yang melawan hukum, seperti memberikan janji-janji yang tidak realistis.

3. Kurangnya pemahaman nasabah tentang produk syariah

Mayoritas nasabah belum sepenuhnya memahami perbedaan asuransi syariah dengan asuransi konvensional. Karena ketidaktahuan mereka, mereka mungkin tidak dapat memahami prinsip-prinsip syariah yang mendasari produk asuransi ini, seperti larangan riba dan gharar (ketidakpastian) serta konsep saling tolong-menolong (ta'awun). Salah satu tantangan yang dihadapi agen Asuransi Jiwa Syariah Al-amin cabang Makassar adalah minimnya pengetahuan nasabah.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Ibu Yanti selaku perwakilan dari Kantor Cabang Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar yang mengatakan:

Ketika nasabah tidak sepenuhnya memahami apa itu asuransi syariah, mereka cenderung ragu untuk membeli produk. Mereka lebih memilih asuransi konvensional yang mereka rasa lebih mudah dipahami. Jadi, saya merasa terkadang pengetahuan saya yang kurang mendalam menghambat saya dalam meyakinkan nasabah bahwa produk syariah ini sesuai dengan kebutuhan mereka dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Yanti 2025).

Berdasarkan wawancara di atas ketika nasabah tidak sepenuhnya memahami apa itu asuransi syariah, mereka cenderung ragu untuk membeli produk tersebut, menunjukkan adanya tantangan besar dalam pemasaran produk asuransi syariah. Nasabah yang belum familiar dengan konsep dasar asuransi syariah sering kali merasa bingung atau skeptis, sehingga mereka lebih memilih untuk membeli produk asuransi konvensional yang mereka anggap lebih mudah dipahami. Hal ini dikarenakan produk asuransi konvensional lebih dikenal luas, dan cara kerjanya lebih mudah dimengerti oleh masyarakat, terutama dalam hal premi, manfaat, dan ketentuan lainnya yang sudah menjadi kebiasaan umum.

Sementara itu, agen yang bertugas menjual produk asuransi syariah juga merasa kesulitan. Agen mengakui bahwa kurangnya pemahaman mereka tentang produk syariah sering menghambat kemampuan mereka untuk menjelaskan manfaat dan kelebihan produk tersebut kepada nasabah. Ketika agen tidak bisa menjelaskan dengan jelas mengenai perbedaan mendasar antara asuransi syariah dan konvensional, serta bagaimana produk syariah tetap dapat memenuhi kebutuhan nasabah sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, nasabah pun merasa ragu untuk memilih asuransi syariah. Selain itu, agen merasa bahwa produk syariah memiliki konsep yang lebih kompleks, yang tidak selalu mudah dipahami oleh nasabah tanpa penjelasan yang memadai.

Keadaan ini menuntut perlunya edukasi yang lebih intensif, baik bagi agen maupun nasabah. Dengan pengetahuan yang lebih mendalam, agen akan lebih percaya diri dalam menjelaskan produk asuransi syariah, dan nasabah pun dapat lebih memahami manfaatnya, sehingga keraguan yang muncul dapat diatasi. Edukasi tentang prinsip-prinsip syariah dalam

asuransi, seperti penghindaran terhadap riba dan gharar serta prinsip tolong-menolong, akan membantu memudahkan pemahaman dan mengurangi kesulitan dalam meyakinkan nasabah.

4. Sulitnya memahami konsep *sharing risk* (berbagi risiko)

Pada asuransi syariah, konsep berbagi risiko merupakan bagian integral dari sistemnya. Pembagian risiko adalah strategi pengelolaan risiko yang dilakukan dengan membagi risiko dengan pihak-pihak yang terlibat. Namun, berbeda dengan jaminan yang jelas yang sering terlihat dalam polis asuransi tradisional, ide ini mungkin tampak asing dan kurang menarik bagi sebagian nasabah Asuransi Jiwa Syariah Al-amin cabang Makassar. Mungkin sulit untuk mengajak mereka menerima ide ini.

Hal ini diperkuat dengan pernyataan Ibu Yanti selaku perwakilan dari Kantor Cabang Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar yang mengatakan:

Salah satu tantangan terbesar yang saya hadapi adalah menjelaskan konsep *sharing risk* atau berbagi risiko dalam asuransi syariah. Bagi sebagian nasabah, konsep ini sangat baru dan agak sulit dipahami, terutama jika mereka sudah terbiasa dengan sistem asuransi konvensional yang lebih berbasis pada pembagian keuntungan antara perusahaan dan pemegang polis (Yanti 2025).

Dalam wawancara tersebut, agen mengungkapkan bahwa salah satu tantangan terbesar yang dihadapi yaitu menjelaskan konsep *sharing risk* atau berbagi risiko dalam asuransi syariah. Bagi banyak nasabah, konsep ini terasa asing dan sulit dipahami, terutama bagi mereka yang sudah terbiasa dengan asuransi konvensional yang lebih berfokus pada pembagian keuntungan antara perusahaan dan pemegang polis. Dalam asuransi konvensional, nasabah biasanya membayar premi dengan harapan mendapatkan keuntungan finansial tertentu, yang menjadikannya lebih mudah dipahami. Sementara itu, asuransi syariah menekankan prinsip tolong-menolong, di mana dana yang terkumpul digunakan untuk saling membantu antar peserta, bukan untuk keuntungan individu.

Kesulitan ini menciptakan tantangan besar bagi agen yang harus mencari cara untuk menjelaskan perbedaan mendasar ini kepada nasabah. Mereka harus menjelaskan bahwa dalam asuransi syariah, tujuan utama bukanlah keuntungan pribadi, melainkan berbagi risiko secara kolektif di antara sesama peserta. Oleh karena itu, agen merasa perlu adanya pelatihan yang lebih mendalam dan pendekatan yang lebih konkret dalam menjelaskan konsep *sharing risk*, agar nasabah dapat memahami dan menerima produk asuransi syariah dengan lebih baik.

Inilah tantangan yang akan kita hadapi dalam rangka meningkatkan kesadaran tentang etika bisnis Islam, berdasarkan beberapa aspek yang telah dibahas.

Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam oleh Agen Asuransi Syariah pada PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Makassar

Dalam lingkungan bisnis kontemporer, etika berfungsi sebagai dasar penting untuk membangun hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara pelanggan dan pelaku perusahaan. Dalam Islam, etika bisnis bukan hanya menyangkut persoalan moral semata, tetapi merupakan bagian integral dari ajaran agama yang mengatur bagaimana seorang Muslim berinteraksi dalam dunia usaha. Etika bisnis Islam merupakan seperangkat nilai moral dan prinsip syariah yang menjadi pedoman dalam aktivitas bisnis. Etika ini penting dalam

konteks asuransi syariah untuk memastikan barang dan jasa yang disediakan sesuai dengan nilai-nilai keadilan, integritas, dan tanggung jawab sosial.

Sebagai lembaga keuangan syariah, PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar memiliki beban berat untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam menjalankan tugasnya, agen asuransi syariah di lembaga ini berperan sebagai pemasar produk sekaligus sebagai representasi prinsip-prinsip Islam dalam industri asuransi. Oleh karena itu, sangat penting bagi agen untuk mematuhi aturan etika bisnis Islam.

Dibawah ini adalah penjelasan mengenai prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan oleh agen Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar :

1. *Siddiq*

Siddiq, Perbuatannya senantiasa berpedoman pada syariat Islam, dan sifatnya mengandung makna atau arti penting jujur dan berkata jujur terhadap apa yang diucapkannya dan berdasarkan akidah. Berdasarkan firman Allah SWT, tidak ada pertentangan antara ucapan dan perkataan. Shaaf, (61:2)

كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ : يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لِمَ تَقُوْلُوْنَ مَا لَا تَفْعَلُوْنَ

Terjemahannya:

Wahai orang-orang yang beriman, kenapakah kamu mengatakan sesuatu yang tidak kamu kerjakan. Amat besar kebencian di sisi Allah bahwa kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu kerjakan (Q.S As-Shaaf, 61:2).

Berdasarkan ayat di atas, Allah SWT memerintahkan kita untuk senantiasa bertindak dan berbicara sesuai dengan syariat Islam yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, yang senantiasa bertindak dan berbicara kepada umat dan para sahabatnya dengan cara yang benar, tidak mengada-ada, apalagi menipu. Selain itu, Allah SWT memerintahkan kita semua untuk memiliki sifat shiddiq dalam keadaan apa pun karena sifat ini membuat kita dipercaya oleh orang lain, bahkan oleh atasan kita di dunia bisnis.

Penerapan prinsip *siddiq* oleh agen asuransi Syariah jiwa al-amin Makassar yaitu para agen selalu bersikap jujur dalam setiap interaksi dengan nasabah. Menyampaikan informasi yang akurat mengenai produk asuransi, termasuk manfaat dan risikonya, tanpa ada manipulasi atau penyembunyian fakta. Dengan menerapkan prinsip Kejujuran diharapkan dapat menghindari unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam Islam. Unsur *gharar* sendiri dalam konteks asuransi syariah mengacu pada adanya ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam akad yang dapat menyebabkan salah satu pihak dirugikan. *Gharar* dapat berbentuk keuntungan ambigu yang akan diperoleh klien, kesalahpahaman terhadap hak dan tanggung jawab masing-masing pihak, serta kesalahan penafsiran tentang potensi bahaya. Selain itu, *gharar* juga bisa timbul akibat ketidakjelasan dalam perjanjian, seperti syarat dan ketentuan klaim yang tidak dijelaskan secara rinci. Oleh karena itu, dengan sikap *siddiq* dan penyampaian informasi yang lengkap dan benar, agen berperan penting dalam memastikan bahwa akad yang dilakukan bebas dari unsur *gharar*, sehingga sesuai dengan prinsip keadilan dan transparansi dalam syariat Islam.

Menurut (Hidayat 2022) bahwa perusahaan yang menerapkan etika bisnis syariah secara konsisten dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen, serta membangun

reputasi yang baik di mata masyarakat. Sementara menurut (Kurniawati dan Iskandar 2021) dengan menekankan prinsip kejujuran, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong repeat order. Penerapan etika bisnis Islam membantu menciptakan hubungan yang lebih erat dengan pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di pasar. Kedua jurnal tersebut sejalan dengan temuan peneliti bahwa penerapan prinsip *Siddiq* oleh agen asuransi syariah dapat memperkuat hubungan dengan nasabah, meningkatkan loyalitas, dan membawa keberkahan dalam bisnis.

2. Amanah

Amanah, ciri ini menjelaskan bahwa setiap individu atau pekerja dalam organisasi harus bertanggung jawab dalam memenuhi tanggung jawabnya. Agen asuransi jiwa syariah Al-amin Makassar beroperasi berdasarkan asas amanah, yaitu senantiasa menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah dan perusahaan kepada mereka. Hal ini menunjukkan bahwa agen melaksanakan tanggung jawabnya dengan penuh rasa tanggung jawab, menjaga kerahasiaan informasi nasabah, dan memastikan bahwa setiap janji atau agunan yang diberikan kepada nasabah ditepati sebagaimana mestinya, sesuai dengan firman Allah SWT. Ayat 58 Surat An-Nisa:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahannya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat (Q.S An-Nisa 4:58).

Ayat ini memerintahkan agar menyampaikan amanat kepada yang berhak. Istilah "amanat" dalam ayat ini merujuk pada segala sesuatu yang diberikan atau diamanahkan kepada seseorang untuk dijalankan dengan penuh tanggung jawab dan semaksimal kemampuannya. Makna "amanat" sangat luas, mencakup amanat dari Allah kepada hamba-hamba-Nya, amanat antarsesama manusia, bahkan amanat seseorang kepada dirinya sendiri. Menaati perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya adalah dua hal yang wajib dilakukan oleh para pengikut-Nya. Untuk taqarrub (mendekatkan diri kepada Allah), kita harus memanfaatkan semua nikmat-Nya dengan cara apa pun yang kita bisa.

Amanah juga ditunjukkan dengan bersikap transparan, jujur, dan memberikan layanan sebaik mungkin dengan tetap mengutamakan kepentingan diri sendiri dan perusahaan. Setiap muslim atau mukmin harus berpegang teguh pada fitrahnya agar dapat menafkahi dirinya baik di dunia maupun di akhirat. Sebab, amanah merupakan sifat yang harus dimiliki secara terus-menerus agar tidak mudah berubah pikiran saat menghadapi kesulitan atau tantangan dan agar hasil yang dicapai sesuai dengan cita-cita atau tujuan yang diharapkan.

Dalam penelitian Hariyadi & Triyanto (2020), penerapan amanah oleh agen asuransi syariah berkaitan dengan kejujuran dan keterbukaan dalam memberikan informasi produk kepada konsumen. Agen bertugas menjaga kepercayaan nasabah, memastikan barang yang

diperjualbelikan sesuai dengan syariat Islam, dan menjauhi hal-hal yang bertentangan dengan ajaran Islam, seperti riba dan maysir. Agen harus selalu bersikap jujur dan memberikan pelayanan yang jujur dan terbuka.

3. *Fathanah*

Fathanah Dengan demikian, Nabi Muhammad SAW mengajarkan kita untuk senantiasa berkembang sebagai pribadi dan memperluas wawasan agar mampu mengikuti perkembangan dunia, baik internal maupun eksternal. Dalam dunia bisnis, hal ini dapat bersumber dari dalam maupun luar perusahaan jika konteksnya adalah nasionalisme kita terhadap negara, maupun dari dalam maupun luar negeri. Hal ini karena wawasan yang kita miliki dapat membantu kita menjadi pribadi yang lebih kreatif, inovatif, dan presentatif dalam mengelola dunia bisnis demi kemajuan perusahaan, yang dapat berdampak pada perekonomian Indonesia. Lebih jauh lagi, jika kita memiliki kualitas fathonah, kita akan mampu memunculkan ide-ide inovatif yang akan membantu para pelaku usaha untuk bersaing di pasar.

Dalam hal ini, sifat fathanah Nabi Muhammad SAW pernah digunakan dalam menjalankan bisnis dengan kecerdasannya, khususnya dalam membawa barang dagangan Siti Khodijah, seorang janda kaya raya keturunan bangsawan (pemegang saham). Nabi Muhammad SAW mewakili kepentingan semua pemangku kepentingan dalam menjual dan memasarkan barang dagangan yang dibawanya tanpa mengutamakan keuntungan atau keserakahan dirinya, tetapi beliau mengutamakan kualitas barang dagangannya dengan memperlihatkan kekurangan dan kelebihanannya sehingga setiap orang yang berkepentingan dapat mempercayai dan memilikinya.

Penerapan prinsip *Fathanah* oleh agen asuransi syariah jiwa Al-amin Makassar yaitu Agen menunjukkan kecerdasan dalam memahami kondisi dan kebutuhan finansial setiap calon peserta. Mereka tidak hanya mengandalkan skrip penjualan, tetapi juga mampu menganalisis dan memberikan solusi perlindungan yang paling sesuai dengan kemampuan dan tujuan nasabah. Dalam praktiknya, agen juga bijaksana dalam menyikapi keberatan atau keraguan dari calon nasabah dengan pendekatan yang santun dan edukatif, bukan dengan memaksa atau membujuk secara emosional. Hal ini mencerminkan akhlak mulia serta kemampuan intelektual yang dibingkai dalam nilai-nilai syariah.

4. *Tabligh*

Tabligh , Makna ciri ini terkait dengan sifat shiddiq yang berarti kejujuran harus ditunjukkan secara terbuka, yakni dengan membuat semua informasi perusahaan dapat diakses oleh publik.

Penerapan prinsip *tabligh* oleh agen asuransi syariah jiwa al-amim Makassar yaitu dengan menyampaikan semua informasi yang dibutuhkan oleh calon peserta secara lengkap dan jelas, termasuk tentang akad yang digunakan seperti akad *tabarru* (hibah/dana tolong-menolong) dan akad *wakalah* (perwakilan). Mereka menjelaskan bagaimana mekanisme dana peserta dikelola secara transparan oleh perusahaan, serta bagaimana surplus underwriting bisa dikembalikan kepada peserta sesuai ketentuan syariah.

Selain itu, agen agen asuransi syariah jiwa al-amim Makassar juga menjelaskan dengan rinci tentang hak dan kewajiban peserta, mulai dari kewajiban membayar kontribusi,

hak untuk mendapatkan manfaat asuransi, hingga tata cara pembatalan polis. Proses klaim juga dijelaskan sejak awal, termasuk dokumen yang dibutuhkan dan estimasi waktu pencairan, agar peserta tidak merasa dirugikan atau bingung saat proses tersebut berlangsung.

Yang tak kalah penting, agen juga memberikan instruksi yang komprehensif tentang ide-ide mendasar asuransi syariah, termasuk prinsip keadilan dalam muamalah dan prinsip ta'awun (saling membantu). Mereka menyoroti perbedaan mendasar asuransi syariah dengan asuransi tradisional, khususnya yang berkaitan dengan pembagian risiko, administrasi dana, dan komponen riba. Hal ini bertujuan untuk memberikan peserta kepastian dan kenyamanan yang mereka butuhkan untuk memilih asuransi syariah sebagai usaha keuangan yang sesuai dengan syariah.

PENUTUP

Kesimpulan berikut dapat diambil berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap penerapan prinsip bisnis Islam oleh pialang asuransi syariah.:

1. Demi menjaga kepercayaan dan keuntungan komersial, praktik pemasaran agen asuransi syariah PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Makassar menjadi sangat penting. Agen asuransi syariah berpegang teguh pada tiga prinsip etika utama, yakni jujur saat menawarkan produk, bertanggung jawab saat memberikan layanan ahli, dan tidak menekan calon nasabah untuk membeli sesuatu dengan maksud agar agen tidak mengintimidasi mereka. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, agen tidak hanya menjalankan tugasnya secara profesional sesuai dengan hukum syariah, tetapi juga menjalin hubungan yang baik dan langgeng dengan nasabah.
2. Dalam menerapkan etika bisnis Islam di tempat kerja, agen PT Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Makassar menghadapi berbagai tantangan, seperti tekanan untuk memenuhi target penjualan, kurangnya pelatihan yang komprehensif, kurangnya kesadaran nasabah terhadap produk syariah, serta kesulitan dalam mengomunikasikan gagasan pembagian risiko. Hambatan ini menunjukkan perlunya peningkatan pelatihan berbasis studi kasus dan edukasi yang menyeluruh, baik bagi agen maupun nasabah, agar prinsip syariah dapat diterapkan secara konsisten dan tidak hanya menjadi formalitas.
3. Penerapan prinsip etika bisnis Islam oleh agen PT Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Makassar tercermin melalui empat sifat utama: *siddiq* (jujur), *amanah* (bertanggung jawab), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (transparan). Para agen tidak hanya memasarkan produk, tetapi juga menjadi representasi nilai-nilai syariah dalam praktik asuransi. Kejujuran, tanggung jawab, kecerdasan, dan keterbukaan yang mereka terapkan mampu membangun kepercayaan nasabah, menciptakan hubungan jangka panjang, serta menjadikan bisnis lebih berkah dan sesuai dengan prinsip Islam.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, PT Asuransi Jiwa Syariah Al-amin Cabang Makassar perlu memperkuat pelatihan etika bisnis Islam bagi agen dengan pendekatan studi kasus dan meningkatkan edukasi masyarakat tentang asuransi syariah. Penelitian lanjutan harus fokus pada pengembangan kurikulum pelatihan yang berkelanjutan dan metode edukasi efektif untuk masyarakat. Selain itu, perlu adanya sistem evaluasi integritas agen yang transparan dan

peninjauan target penjualan agar sejalan dengan prinsip syariah. Agen juga harus diberdayakan sebagai duta nilai-nilai Islam untuk menjaga kepercayaan dan keberkahan dalam bisnis. Penelitian ini akan mengarah pada penguatan prinsip syariah dalam operasional dan pencapaian target yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

- A, R. Rezky Kun dan Z. Syahrida Sholehah S, *Asuransi Syariah*. Yogyakarta: parama publishing, 2015.
- Cialdini, Robert B. 2019. *Influence: The Psychology of Persuasion*. Harper Business.
- Daulay, Aqwa Naser dan Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, *Manajemen Pemasaran Asuransi Syariah*. Medan: t.p, 2019.
- Djaenab, et. al. 2023. Eksistensi Asuransi Syariah PT Prudential Life Assurance. *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* P-ISSN 2355-6439, E-ISSN 2656-8292 Volume 9 Nomor 2.
- Ganie, Junaedy. 2020. *Hukum Asuransi Indonesia*. Jakarta, Sinar, Grafika.
- Ismar, et al. 2022. Pengaruh *Perceived Value* dan *Trust* terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Syariah Prudential. *Jurnal: Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, Vol. 2 No. 3.
- Ismawati, Melly. 2023. *Analisis Etika Agen dalam Menghadapi Calon Peserta Asuransi Syariah (Studi pada PT. Asuransi Syariah Bumi Putera 1912)*. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
- Istiqomah, Fitria. 2020. Tinjauan Fatwa Dsn Mui No 21/Dsn-Mui/X/2001 Tentang Pedoman Asuransi Terhadap Mekanisme Asuransi Syari'ah Di Agency Pru Dynasty Cabang Wonogiri. Skripsi Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah (Mu'malah) Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (Iain) Surakarta.
- Mandani, Putih dan Rahmi Syahriza. 2022. Etika Agen Asuransi Syariah Dalam Memasarkan Produk Asuransi Jiwa Pada PT. Asuransi Sun Life Financial Cabang Medan. *Jurnal: Journal of Social Research*, Vol. 1 No. 11.
- Lestari, Fitri Dwi. 2019. Peran Agen Terhadap Etika Bisnis Di Pt. Asuransi Jiwa Syariah Al-Amin Cabang Jember. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Jember Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Mannan. 2021. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Ningsih, P. K. (2019). *Kompetensi Agen Asuransi Syariah dan Pencapaian Target Penjualan Produk Unit Link di PT Prudential Life Indonesia*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Pratiwi, R. 2020. *Analisis Efektivitas Pelatihan Terhadap Kinerja Agen Asuransi Syariah*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cet. XXII; Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sula, Muhammad Syakir, *Asuransi Syariah (life and general): Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta, 2015, Gema Insani.

- Suryani. (2020). Profesionalisme Agen Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Kepercayaan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol 6. No. 1.
- Syarifuddin, Yusril. M, & Iswandi, H. 2025. Promosi Px Barbershop Banta Bantaeng melalui Media Instagram (Perspektif Ekonomi Syariah). *Journal Of Management , Business, and economics* Vol. 2 No. 2.
- Tamara, et.al .2019. Peran Dan Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Pt. Prudential Life Assurance Cabang Binjai (Agency Prusyariah Prestasi Agency). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* Volume 7, No. 2.
- Zainuddin, et al. (2021). Etika Bisnis Syariah dalam Praktik Pemasaran Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 13 No.2.