

**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK PRU^{syariah}
(Studi Pada Prudential Pru Future Team Pekanbaru)**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)*



OLEH

**ROSYTA
10925006480**

PROGRAM S 1

JURUSAN EKONOMI ISLAM

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2014



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
كلية الشريعة والقانون
FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Alamat : J. H.R. Soebrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru – Riau No.TELP. 0761-561645
Fax. 0761-562052, Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektorat @

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK PRU^{syariah} (Studi Pada Prudential Pru future Team Pekanbaru)” yang ditulis oleh:

Nama : ROSYTA
Nim : 10925006480
Jurusan : Ekonomi Islam
Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:
Hari : Selasa
Tanggal : 13 Mei 2014
Bertepatan : 14 Sya’ban 1435 H

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah (SE.Sy).

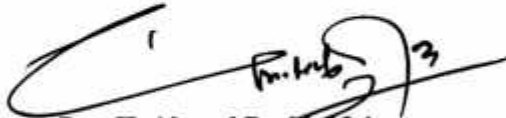
Pekanbaru, 01 Oktober 2014
Dekan Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum



Dr. H. Akbarizan, M.Ag M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA


Drs. H. Ahmad Darbi, M.Ag
NIP.150217099

PENGUJI I


Dr. H. Helmi Basri, Lc, MA
NIP. 19740704 200604 1 003

SEKRETARIS


Drs. Yusan Sabili, M.Ag
NIP. 150250890

PENGUJI II


Dra. Sofia Hardani, M.Ag
NIP. 19630530 199303 2 001

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: “ **Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Komunikasi Pemasaran Produk PRUsyariah (Studi Pada Prudential Pru Future Team Pekanbaru)** ”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya masalah di Prudential Pru Future Team Pekanbaru yaitu di perbolehkannya seorang agen di Prudential Pru Future Team Pekanbaru untuk memasarkan dua produk asuransi sekaligus yaitu produk asuransi konvensional dan produk asuransi PRUsyariah. Berdasarkan informasi ternyata ada beberapa agen yang lebih mengarahkan nasabah untuk membeli produk asuransi konvensional.

Pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana penerapan etika komunikasi pemasaran produk PRUsyariah dan bagaimana tinjauan ekonomi islam terhadap penerapan etika komunikasi pemasaran produk PRUsyariah di Prudential Pru Future Team Pekanbaru

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari seluruh pengelola asuransi produk PRUsyariah di Prudential Pru Future Team Pekanbaru yang berjumlah 13 orang ditambah dengan peserta produk asuransi PRUsyariah yang berjumlah 273 orang. Sehingga seluruh populasi berjumlah 286 orang. Dari jumlah populasi tersebut, maka dalam penelitian ini diambil sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, dimana sampel dalam penelitian ini diambil dari pihak pengelola produk PRUsyariah yang berjumlah 5 orang ditambah dengan sampel dari pihak peserta asuransi produk PRUsyariah yaitu 20% dari jumlah populasi sehingga menjadi 55 orang peserta asuransi produk PRUsyariah. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Deskriptif Kualitatif*

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penerapan etika komunikasi pemasaran produk PRUsyariah di Prudential Pru Future Team Pekanbaru secara umum sudah dilaksanakan dengan baik diantaranya *Advertising* (Iklan), *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), *Public Relation* (Publisitas), *Personal Selling* (Penjualan Langsung), namun masih ada etika komunikasi pemasaran yang belum efektif dilaksanakan yaitu perusahaan memperbolehkan agen untuk menjual dua produk asuransi sekaligus yaitu asuransi konvensional dan PRUsyariah. Penerapan etika komunikasi pemasaran produk PRUsyariah di Prudential Pru Future Team Pekanbaru belum sepenuhnya berjalan sesuai dengan ekonomi Islam, karena ada beberapa agen Prudential Pru Future Team Pekanbaru yang dalam komunikasi pemasaran produk PRUsyariah nya masih ada yang melakukan perbuatan yang tidak adil yaitu ternyata ada beberapa agen masih mengarahkan nasabah untuk membeli produk asuransi prudential konvensional.

Kata Kunci: *Etika Bisnis Islam, Komunikasi Pemasaran, Iklan, Promosi Penjualan, Persenal Selling dan Public Reletion*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT Rabb sekalian alam yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menunaikan amanah dan risalah sehingga kita bisa merasakan nikmatnya iman, Islam dan ukhuwah.

Penulisan skripsi yang berjudul **“PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK PRUsyari’ah (Pada Prudential Pru Future Team Pekanbaru) ”** dimaksud untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagian syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.Sy) pada Fakultas Syari’ah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian penulisan Skripsi ini banyak sekali bantuan, perhatian, bimbingan, motivasi, sarana dan pikiran dari berbagai pihak yang penulis dapatkan, maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama pada:

1. Yang Terhormat Ayahanda Katijo, Ibunda Sumarni tercinta yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik Ananda selama ini sehingga

sampai ke Perguruan Tinggi, kasih sayangmu tak akan pernah terbalaskan. Juga kepada Kakak-ku Rani dan keluarga (Mas Azis Susanto dan Muhammad Dirga MAFista), Adik-ku Riki Asiyansyah dan Muhammad Rival Dewantara. Terima kasih atas segala bantuan dan motivasi yang telah diberikan dan selalu membuat hidupku lebih berwarna.

2. Yang Terhormat Bapak Prof. Dr. M. Nazir selaku Rektor UIN SUSKA RIAU beserta Wakil Rektor.
3. Yang Terhormat Bapak Dekan Dr. H. Akbarizan, MA, M.Pd beserta Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SUSKA RIAU.
4. Yang Terhormat Bapak Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Sekretaris Jurusan Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag beserta Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah mencurahkan dan membagi ilmu pengetahuan kepada penulis.
5. Yang Terhormat Bapak H. Dr. Zulkayandri, MA sebagai pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menulis skripsi ini.
6. Yang Terhormat Ibu Dra Murny, M.Pd sebagai Penasehat Akademis. Terima kasih atas waktu, ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
7. Kepada Bapak dan Ibu pengelola perpustakaan UIN SUSKA RIAU. Terima kasih atas pinjaman bukunya sebagai referensi bagi penulis.
8. Terima kasih pula kepada seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA, yang telah memberikan dukungan kepada

penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh segala data yang diperlukan untuk skripsi ini.

9. Terima kasih kepada para Staff dan Karyawan Prudential *Pru Future Team* Pekanbaru (Ibu Rahma, Mas Arin, Safuddin, Ibu Heni) dan rekan-rekan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan EI-1, EI-2, EI-3, EI-4, EI-5, EI-6 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas motifasi, bantuan dan kerjasamanya.
11. Terima kasih keluarga-ku di kos @pit-Net Ibu Sugiarti SE, Sri Rahayu Spdi, dan yang lainnya Terimakasih atas motifasinya.

Untuk terakhir kalinya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara spiritual maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga amal baik dan sumbangsih dari semua, diterima oleh Allah SWT sebagai amal saleh, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, April 2014

Penulis

ROSYTA

DAFTAR ISI

Halaman

PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	8
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan penelitian	10
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II GAMBARAN UMUM PRUDENTIAL PRU FUTURE TEAM PEKANBARU	
A. Sejarah Prudential <i>Pru Future Team</i> Pekanbaru	16
B. Bentuk Produk <i>PRUsyariah</i>	19
C. Struktur Organisasi	26
BAB III TINJAUAN UMUM ETIKA KOMUNIKASI PEMASARAN ASURANSI SYARI'AH	
A. Komunikasi Pemasaran	
1. Pengertian Komunikasi Pemasaran	33
2. Ruang Lingkup Komunikasai Peamsaran	35
3. Bentuk Komunikasi Pemasaran	37
4. Komunikasi Pemasaran Dalam Konsep Syari'ah	42
B. Etika Bisnis Dalam Islam	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam	45
2. Sumber Etika Bisnis Islam.....	46
3. Kerangka Teori Etika Islam	50
4. Prinsip-prinsip Etika Islam.....	51
5. Aksioma Al-Quran Bisnis yang Beretika.....	57
6. Sistem Etika Islam	59
BAB IV PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK PRUsyari'ah PADA PRUDENTIAL PRU FUTURE TEAM PEKANBARU	
A. Penerapan Etika Komunikasi Pemasaran Produk PRUsyari'ah di Prudential <i>Pru Future Team</i> Pekanbaru.....	61

	B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penerapan Etika Komunikasi Pemasaran Produk PRU <i>syariah</i> di Prudential Pru Future Team Pekanbaru	72
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	88
	B. Saran	90
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	
	BIOGRAFI PENULIS	