


Terbit online pada lama web jurnal

<http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/si/issue/archive>

	JURNAL SYAR'INSURANCE (SIJAS)	
	Vol. 11 No. 2 Januari - Juni	ISSN: 2460-5484

Analisis Keunggulan Bersaing Produk Asuransi Pendidikan: Studi Komparatif PT AJB Bumiputera Syariah 2002 dan PT Prudential Syariah

Najwa Saskia dan Wazin

Prodi Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, Indonesia

Article History:

Diterima Redaksi: 02-11-2025

Selesai Revisi: 20-12-2025

Published: 31-12-2025

Keywords:

educational insurance,

Islamic insurance,

competitive advantage,

marketing strategy.

***Corresponding Author:**

211430093.najwa@uinbanten.ac.id

Abstract: Educational insurance has become one of the most prominent products in the Islamic insurance industry, supported by increasing public awareness of the importance of quality education. This study examines the characteristics of educational insurance products offered by PT AJB Bumiputera Syariah and PT Prudential Syariah, explores the marketing strategies adopted by both companies, and evaluates their competitive advantages. Using a qualitative approach, data were collected through interviews with company representatives and supported by relevant documents and literature.

The results indicate that PT AJB Bumiputera Syariah provides a more affordable premium structure, making its products accessible to a wider market segment, although improvements in policy service and claims processing are still needed. PT Prudential Syariah, meanwhile, excels in service quality through faster digital processes, transparent information, and organizational stability. The study concludes that competitive advantage in educational insurance is shaped by pricing strategies, service quality, and innovation.

PENDAHULUAN

Saat ini, beragam kondisi dan perubahan dalam dunia bisnis mendorong persaingan menjadi semakin ketat. Oleh karena itu, banyak perusahaan perlu mengembangkan berbagai strategi untuk tetap kompetitif, meningkatkan keunggulan strategis, dan meraih keuntungan optimal. Pada dasarnya, keunggulan bersaing berasal dari nilai atau manfaat yang mampu diberikan

perusahaan kepada pelanggan yang melebihi biaya yang dikeluarkan untuk menciptakannya (Damayanti, 2014). Industri asuransi syariah yang kini tengah berkembang di Indonesia adalah salah satu yang tidak luput dari persaingan ini.

Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pendapatan kontribusi asuransi syariah di Indonesia mengalami peningkatan rata-rata 2,90% per tahun

hingga Agustus 2024. Kepala Eksekutif Pengawas Perasuransian, Penjaminan, dan Dana Pensiun (PPDP) OJK, Ogi Prastomiyono, menyatakan bahwa pendapatan kontribusi tersebut mencapai Rp17,63 triliun. Pada periode yang sama, total aset asuransi syariah tercatat sebesar Rp45,75 triliun, yang hanya sekitar 5,01% dari total aset perasuransian komersial, dengan aset asuransi komersial mencapai Rp912,78 triliun per Agustus 2024. OJK bertugas mengatur dan mengawasi industri asuransi pendidikan serta telah mengeluarkan berbagai regulasi terkait.

Untuk memastikan bahwa produk asuransi pendidikan yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi sesuai dengan standar perlindungan konsumen. Keberadaan regulasi ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas perusahaan asuransi dalam menjalankan bisnisnya (Pikahulan, 2020).

Asuransi pendidikan termasuk salah satu produk asuransi syariah yang paling diminati masyarakat. Hal ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran orang tua terhadap pentingnya pendidikan berkualitas bagi anak-anak mereka. Pendidikan dianggap krusial dalam berbagai aspek kehidupan dan dalam membentuk gaya hidup yang sesuai dengan martabat manusia. Namun, biaya pendidikan terus mengalami kenaikan. Meskipun demikian, memperoleh keterampilan tambahan tetap penting agar anak-anak dapat bersaing di dunia kerja yang semakin kompetitif, sekaligus membantu orang tua dalam merencanakan pembiayaan pendidikan anak di masa depan (Nasution, 2020).

Asuransi untuk pendidikan adalah salah satu instrumen keuangan yang berperan penting dalam menjamin keberlangsungan pendidikan anak di masa depan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perencanaan keuangan, perusahaan asuransi terus berupaya meningkatkan daya saing mereka melalui berbagai strategi kompetitif. Keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) menjadi faktor utama dalam menentukan keberhasilan perusahaan asuransi dalam menarik nasabah dan mempertahankan pangsa pasar (Zahro et al., 2023).

Persaingan di industri asuransi pendidikan semakin ketat seiring dengan bertambahnya jumlah perusahaan yang menawarkan produk serupa. Berbagai inovasi, mulai dari fleksibilitas pembayaran premi, manfaat tambahan, hingga kolaborasi dengan institusi pendidikan, menjadi strategi utama dalam memenangkan persaingan. Selain itu, faktor kepercayaan dan pelayanan kepada nasabah juga menjadi elemen kunci dalam membangun citra perusahaan yang unggul.

PT. AJB Bumiputera Syariah, salah satu perusahaan asuransi syariah di Indonesia, menyediakan produk asuransi pendidikan bernama Mitra Iqra Plus. Produk ini menggabungkan fungsi asuransi dan tabungan, sehingga memungkinkan pencairan dana sesuai kebutuhan untuk biaya pendidikan anak yang menjadi penerima manfaat. Selain itu, perusahaan juga memberikan manfaat tambahan berupa santunan kepada ahli waris peserta jika peserta meninggal dunia atau mengalami cacat total selama masa kontrak.

Selain PT. AJB Bumiputera Syariah, PT. Asuransi Prudential Syariah PT Prudential Sharia Life Assurance (Prudential Syariah) menawarkan produk asuransi pendidikan bernama PRUCerah. Produk ini merupakan asuransi jiwa berbasis prinsip syariah yang memberikan berbagai manfaat, di antaranya fasilitas penarikan tunai bulanan selama empat tahun. Selain itu, untuk menjamin kelangsungan pendidikan anak, PRUCerah menyediakan manfaat berupa penarikan tunai sekaligus, penarikan tunai bulanan selama empat tahun, serta pembebasan kontribusi apabila peserta meninggal dunia, mengalami cacat total dan tetap, atau didiagnosis mengalami kondisi kriti (khusus untuk paket PRUCerah Plus). Produk ini tersedia dalam mata uang rupiah dan memberikan perlindungan asuransi selama polis tetap aktif. (Siregar & Lubis, 2023).

Kedua perusahaan tersebut menawarkan produk asuransi pendidikan yang mengandung unsur tabungan (*saving*). Produk ini termasuk dalam kategori asuransi jiwa dwiguna (*endowment insurance*), yaitu jenis asuransi yang memberikan manfaat tertentu jika peserta masih hidup hingga akhir masa kontrak atau meninggal dunia selama periode perjanjian. Dalam rangka mempertahankan keberlanjutan dan kemajuan perusahaan, berbagai strategi diterapkan untuk memasarkan produk yang ditawarkan. Salah satu langkah penting adalah memanfaatkan keunggulan bersaing yang dimiliki masing-masing perusahaan, sehingga perusahaan dapat bertahan dan berkembang secara optimal dalam jangka panjang, produk ini dirancang untuk membantu orang tua menyiapkan dana pendidikan anak mulai

dari tingkat TK, SD, SMP, SMA, hingga perguruan tinggi. Apabila selama masa kontrak peserta atau anak sebagai ahli waris mengalami musibah seperti kecelakaan, cacat tetap total, atau meninggal dunia, pihak asuransi akan memberikan manfaat perlindungan berupa dana sesuai dengan tahapan pendidikan yang telah ditetapkan. Berdasarkan uraian di atas pada penelitian ini membahas keunggulan produk asuransi pendidikan serta strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai karakteristik produk, strategi pemasaran, serta keunggulan kompetitif asuransi pendidikan yang ditawarkan oleh PT AJB Bumiputera Syariah dan PT Prudential Syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali data naratif yang kaya melalui interaksi langsung dengan informan serta pengamatan kondisi lapangan secara menyeluruh. Data penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan perwakilan perusahaan serta observasi langsung pada kegiatan operasional yang relevan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen resmi perusahaan, laporan kebijakan, literatur akademik, dan publikasi lain yang mendukung proses analisis. Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT AJB Bumiputera Syariah 1912 dan PT Prudential Syariah di Jakarta Selatan, yang dipilih karena keduanya merupakan perusahaan yang aktif

menawarkan produk asuransi pendidikan syariah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan untuk memahami landasan teoretis, observasi lapangan untuk melihat kondisi nyata terkait proses layanan dan pemasaran, serta wawancara mendalam untuk memperoleh informasi detail mengenai kebijakan produk, strategi pemasaran, dan pengalaman operasional perusahaan. Seluruh data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis kualitatif Miles dan Huberman yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap reduksi data, informasi yang tidak relevan dieliminasi, sementara data yang penting dikelompokkan dalam tema-tema tertentu. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif untuk memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan pola dan temuan yang muncul, kemudian memverifikasinya secara berulang untuk memastikan validitas hasil penelitian. Proses triangulasi dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas data, yakni dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Competitive Advantage Produk Asuransi Pendidikan PT. AJB Bumiputera

Dalam hal pembayaran premi, PT AJB Bumiputera 1912 Syariah tidak menentukan besar premi berdasarkan usia peserta atau anak, melainkan disesuaikan dengan pendapatan peserta. Premi minimum yang harus dibayarkan adalah

Rp300.000 setiap triwulan, sedangkan durasi pembayaran premi ditetapkan berdasarkan usia anak saat pertama kali mengikuti asuransi. PT AJB Bumiputera 1912 Syariah menerapkan sistem pembayaran premi yang fleksibel, di mana besarnya premi tidak dihitung berdasarkan usia peserta atau usia anak, melainkan menyesuaikan dengan kemampuan atau pendapatan peserta. Perusahaan menetapkan premi minimum sebesar Rp300.000 yang dibayarkan setiap tiga bulan (triwulan). Selain itu, lama waktu pembayaran premi ditentukan oleh usia anak saat pertama kali mengikuti program asuransi, sehingga durasi pembayaran dapat berbeda untuk setiap peserta tergantung usia anak pada saat pendaftaran (Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala keuangan PT. Bumiputera Syariah, Oentung Rahardiyani, 24 juli 2025).

PT AJB Bumiputera Syariah menggunakan akad *Wakalah bil Ujrah*, di mana perusahaan berperan sebagai pengelola dana atas nama peserta. Hasil investasi dikelola melalui akad *Mudharabah*, dengan pengelolaan dana yang disampaikan secara transparan kepada nasabah. Selain itu, perusahaan juga menerapkan akad *Tabarru'*.

PT AJB Bumiputera 1912 Syariah menerapkan akad *Wakalah bil Ujrah*, di mana peserta asuransi mempercayakan perusahaan untuk mengelola kontribusi mereka menjadi Dana Investasi Peserta, Dana *Tabarru'*, dan *Ujrah*. Selain itu, perusahaan juga memanfaatkan akad *Mudharabah* dalam pengelolaan dana. PT AJB Bumiputera 1912 Syariah menerapkan akad *Wakalah bil Ujrah*, yaitu perjanjian di mana peserta memberikan kuasa kepada perusahaan untuk mengelola dana mereka, dengan imbalan berupa *ujrah (fee)*. Dana yang dikelola terbagi menjadi Dana Investasi Peserta, Dana *Tabarru'* (dana tolong-menolong antar peserta), dan *ujrah* untuk perusahaan sebagai pengelola.

Selain itu, perusahaan juga menggunakan akad *Mudharabah* dalam pengelolaan dana investasi, di mana keuntungan investasi dibagi sesuai kesepakatan antara peserta dan perusahaan. Pengelolaan dana dilakukan secara transparan, sehingga peserta mengetahui alokasi dan perkembangan dana mereka.

Secara keseluruhan, sistem akad ini menegaskan prinsip syariah dalam asuransi, dengan konsep kerjasama, transparansi, dan saling tolong-menolong antar peserta melalui *Tabarru'*, serta pengelolaan dana secara profesional oleh perusahaan (Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala keuangan PT. Bumiputera Syariah, Oentung Rahardiyon, 24 Juli 2025).

Dari segi layanan, Kantor cabang dan kantor pusat PT AJB Bumiputera menggunakan jaringan VPN-IP untuk memudahkan koordinasi antar kantor. Dalam proses penerbitan polis dan pembayaran klaim, perusahaan bekerja sama dengan ATM Bersama dan ATM BNI sehingga nasabah yang memiliki rekening dapat langsung melakukan pembayaran ke rekening perusahaan.

Proses penerbitan polis bagi peserta membutuhkan waktu maksimal 14 (empat belas) hari kerja, mulai dari tahap akseptasi hingga polis diserahkan. Sedangkan pembayaran klaim akan dilakukan paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah seluruh dokumen dinyatakan lengkap.

Untuk mempermudah pembayaran premi, perusahaan menyediakan fasilitas bagi nasabah agar dapat melakukan pembayaran langsung melalui ATM Bersama atau ATM BNI, sehingga nasabah tidak perlu datang ke kantor layanan AJB Bumiputera 1912. PT AJB Bumiputera 1912 memanfaatkan jaringan VPN-IP untuk memperlancar komunikasi dan koordinasi antara kantor pusat dan kantor cabang. Dalam proses operasionalnya, perusahaan bekerja sama dengan ATM Bersama dan ATM BNI untuk memudahkan nasabah melakukan

pembayaran premi langsung ke rekening perusahaan tanpa harus datang ke kantor layanan.

Proses penerbitan polis bagi peserta dilakukan dengan efisiensi, dengan waktu maksimal 14 hari kerja sejak tahap akseptasi hingga polis diserahkan kepada nasabah. Sementara itu, pembayaran klaim juga memiliki standar layanan yang jelas, yaitu paling lambat 14 hari kerja setelah seluruh dokumen klaim dinyatakan lengkap.

Secara keseluruhan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berupaya memberikan layanan yang efisien, praktis, dan transparan, baik dalam penerbitan polis maupun proses pembayaran klaim, sekaligus memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kemudahan bagi nasabah. (Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala keuangan PT. Bumiputera Syariah, Oentung Rahardiyon, 24 Juli 2025).

Dalam melaksanakan strategi pemasarannya, PT. AJB Bumiputera 1912 menerapkan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Strategi Melalui Agen

Agen merupakan salah satu aset penting dari Sumber Daya Manusia (SDM) dan memegang peran strategis sebagai garda terdepan dalam sistem penjualan di PT AJB Bumiputera 1912 Syariah. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Keuangan PT AJB Bumiputera Syariah, Oentung Rahardiyon (24 Juli 2025), kegiatan pemasaran melalui agen dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur. Pada tahap awal, perusahaan melakukan rekrutmen calon agen secara profesional, kemudian membekali mereka dengan berbagai bentuk pendidikan sebelum terjun ke lapangan. Selain itu, calon agen juga mendapatkan pelatihan langsung sebagai persiapan menghadapi proses pemasaran di lapangan. Setelah resmi menjadi agen, perusahaan secara konsisten memberikan bimbingan melalui pertemuan-pertemuan terjadwal untuk

memastikan kemampuan dan pengetahuan mereka tetap terbaru. Agen juga mendapat dorongan dan motivasi dalam menghadapi calon nasabah serta dukungan untuk memperlancar proses prospeksi. Kinerja dan produktivitas agen dievaluasi secara berkala, disertai pemberian penghargaan maupun sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Selain itu, perusahaan juga melakukan berbagai upaya pengembangan dalam pembinaan bagian pemasaran. Upaya tersebut meliputi peningkatan daya saing agen melalui penyelarasan dengan buku panduan serta materi pendidikan dan pelatihan (sisdiklat) terbaru, pelaksanaan pelatihan agen secara berkala sesuai standar yang telah ditetapkan, serta evaluasi dan pengendalian terhadap implementasi program pengembangan dan pembinaan agen di tingkat wilayah maupun cabang. Langkah-langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa agen yang terlibat memiliki kompetensi yang memadai, berdaya saing tinggi, dan mampu menjalankan peran pemasaran secara efektif.

Competitive Advantage Produk Asuransi Pendidikan PT. Prudential Syariah

Produk Asuransi Dwiguna menawarkan perlindungan berupa jaminan pendidikan bagi anak atau orang yang dicintai. Produk ini menyediakan dana pendidikan yang bisa dicairkan sekaligus atau dibayarkan secara bulanan selama 4 tahun. Selain itu, untuk menjamin kelanjutan pendidikan anak, produk ini juga memberikan manfaat pembebasan premi jika tertanggung meninggal dunia, didiagnosis menderita penyakit kritis, atau mengalami cacat total tetap.

Dari segi keunggulan harga kontribusi, PT Prudential Syariah memberikan kebebasan kepada peserta untuk menentukan besaran kontribusi sesuai dengan pendapatan dan kebutuhan masing-masing. Premi minimal yang harus dibayarkan peserta adalah Rp500.000 (Lima Ratus Ribu Rupiah) per

bulan. Sementara durasi pembayaran kontribusi ditetapkan berdasarkan usia anak saat pertama kali mengikuti asuransi. PT Prudential Syariah menerapkan akad *Tabarru'* dan *Wakalah bil Ujrah*, di mana perusahaan bertindak sebagai perwakilan pengelola. Hasil investasi dikelola melalui akad *Mudharabah*, dengan pengelolaan dana yang dijelaskan secara transparan kepada nasabah, serta tetap menggunakan akad *Tabarru'*. PT Prudential Syariah menerapkan akad *Tabarru'* dan *Wakalah bil Ujrah* dalam produk asuransinya. Dengan akad ini, perusahaan bertindak sebagai perwakilan (wakil) untuk mengelola dana peserta, dan memperoleh *ujrah (fee)* sebagai imbalan jasa pengelolaan tersebut. Sementara itu, dana investasi dikelola menggunakan akad *Mudharabah*, yaitu sistem kerja sama di mana keuntungan dibagi sesuai kesepakatan antara perusahaan dan peserta.

Perusahaan juga menekankan prinsip transparansi dalam pengelolaan dana, sehingga peserta dapat mengetahui secara jelas alokasi dan perkembangan dana yang dikelola. Selain itu, akad *Tabarru'* tetap digunakan sebagai wujud semangat tolong-menolong antar peserta sesuai prinsip asuransi syariah.

Adapun dalam hal pembuatan polis serta pembayaran klaim PT. Prudential syariah bekerjasama dengan beberapa bank untuk layanan bancassurance, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Muamalat dan Bank Permata Syariah

Dalam hal pelayanan pembuatan polis kepada peserta, jangka waktu yang diserahkan umumnya, *free look period* setelah polis diterima adalah 14 hari kalender, dimana pemegang polis dapat mempelajari dan membatalkan polis jika tidak sesuai.

Prudential Syariah menawarkan berbagai layanan untuk nasabah, baik secara online maupun melalui berbagai saluran komunikasi. Layanan ini mencakup pengajuan klaim. Pengecekan status polis,

informasi produk. Dan layanan bantuan lainnya. Nasabah dapat mengakses layanan ini melalui aplikasi *PRUServices*, *website* resmi Prudential Syariah, atau menghubungi call center. Prudential Syariah memberikan kemudahan bagi nasabahnya dengan menyediakan berbagai layanan yang bisa diakses secara fleksibel, baik secara online maupun melalui saluran komunikasi lainnya. Layanan tersebut meliputi pengajuan klaim, pengecekan status polis, informasi produk, serta berbagai bentuk bantuan lain yang dibutuhkan nasabah. Akses layanan ini dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi *PRUServices*, *website* resmi Prudential Syariah, atau dengan menghubungi call center perusahaan (Brosur PRUCerah PT. Prudential syariah).

Dalam melakukan strategi pemasaran PT. Prudential Syariah melakukan beberapa cara, sebagai berikut :

1. Segmentasi Pasar

- a. Prudential Syariah melakukan segmentasi pasar untuk mengelompokkan nasabah berdasarkan berbagai faktor seperti pekerjaan, usia, latar belakang, dan kebutuhan.
- b. Segmentasi ini membantu perusahaan dalam memahami preferensi dan kebutuhan masing-masing kelompok nasabah, sehingga dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan.
- c. Contoh pigmentasi yang dilakukan adalah pengelompokan berdasarkan pekerjaan (karyawan swasta,PNS,dll.), usia, dan status pernikahan.

2. Targeting

- a. Setelah melakukan segmentasi, Prudential Syariah menentukan target pasar yang akan dilayani.

- b. Penentuan target pasar ini mempertimbangkan kebutuhan, daya beli, dan karakteristik masing-masing segmen.

- c. Prudential Syariah menawarkan berbagai produk dan program yang dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat, tanpa membatasi pada segmen tertentu.

3. Bauran Pemasaran

- a. Prinsip Prudential Syariah menekankan pada prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan bisnisnya, termasuk dalam hal akad, pengelolaan dana, dan transparasi.

- b. Perusahaan juga berupaya memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya asuransi syariah dan menfaatnya bagi perlindungan diri dan keluarga.

4. Pemasaran Digital

- a. Prudential Syariah memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjangkau nasabah, termasuk media sosial, website, dan aplikasi mobile.

- b. Pemasaran digital ini membantu perusahaan untuk berinteraksi dengan nasabah secara lebih efektif dan efisien.

5. Kemitraan

- a. Prudential Syariah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, termasuk bank, rumah sakit, dan lembaga keuangan lainnya, untuk memperluas jangkauan layanan dan memberikan nilai tambah bagi nasabah (Brosur PRUCerah PT. Prudential Syariah).

Perbandingan Keunggulan Produk Asuransi Pendidikan Syariah di PT.

AJB Bumiputera dan PT. Prudential Syariah

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara PT AJB Bumiputera Syariah dan PT Prudential Syariah dalam hal karakteristik produk, penggunaan akad, strategi pemasaran, serta kualitas layanan. Perbedaan ini membentuk posisi keunggulan kompetitif masing-masing perusahaan di pasar asuransi pendidikan syariah.

Dari sisi kontribusi, PT AJB Bumiputera Syariah menawarkan besaran kontribusi minimal yang lebih rendah, yaitu mulai dari Rp300.000 per triwulan, sehingga produk yang ditawarkan lebih terjangkau, khususnya bagi segmen masyarakat menengah ke bawah. Keterjangkauan ini menjadi kekuatan utama Bumiputera dalam memperluas akses kepemilikan asuransi pendidikan, terutama bagi keluarga yang memiliki keterbatasan finansial. Sebaliknya, kontribusi pada produk Prudential Syariah cenderung lebih tinggi, sehingga pasar yang dijangkau lebih terbatas pada segmen menengah dan menengah ke atas.

Dari segi manfaat dan variasi perlindungan, PT AJB Bumiputera Syariah juga menampilkan keunggulan relatif dibandingkan Prudential Syariah. Bumiputera menawarkan variasi manfaat yang lebih beragam dan fleksibel, memungkinkan peserta memilih jenis perlindungan sesuai kondisi dan kebutuhan masing-masing. Keluwesan ini memberikan nilai tambah bagi peserta, karena manfaat perlindungan dapat disesuaikan secara lebih personal. Adapun produk Prudential Syariah cenderung lebih terstandarisasi sehingga variasi manfaat lebih terbatas.

Pada aspek akad, PT AJB Bumiputera Syariah menunjukkan komitmen yang lebih komprehensif dengan menggunakan tiga jenis akad sekaligus, yaitu Mudharabah, Tabarru', dan Wakalah bil Ujrah. Keberadaan akad Mudharabah memberi peluang bagi peserta untuk

memperoleh bagi hasil dari pengelolaan dana, sehingga fungsi proteksi berjalan bersamaan dengan potensi keuntungan berbasis investasi syariah. Sementara itu, PT Prudential Syariah tidak menerapkan akad Mudharabah, sehingga manfaat investasi peserta menjadi lebih terbatas. Kombinasi akad yang lebih lengkap pada Bumiputera menunjukkan fleksibilitas skema pengelolaan dana dan memberi nilai tambah yang tidak dimiliki oleh Prudential Syariah.

Kendati demikian, perbandingan menjadi berbeda ketika melihat aspek strategi pemasaran dan kualitas layanan, di mana PT Prudential Syariah menunjukkan keunggulan yang lebih kuat. Prudential menerapkan strategi pemasaran modern yang didukung teknologi digital, segmentasi pasar yang lebih terarah, serta pemanfaatan bauran pemasaran (4P) secara efektif. Melalui pendekatan digital marketing, kemitraan strategis, dan penggunaan aplikasi berbasis internet, Prudential mampu menjangkau konsumen lebih luas, terutama generasi muda yang melek teknologi. Di sisi lain, strategi pemasaran PT AJB Bumiputera Syariah masih sangat bergantung pada agen dan belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, sehingga efektivitas pemasaran relatif lebih rendah.

Dalam hal kualitas produk dan layanan, keunggulan Prudential semakin terlihat melalui pemanfaatan teknologi yang lebih matang. Prudential menyediakan berbagai kanal komunikasi berbasis internet, termasuk aplikasi mobile, website interaktif, dan platform layanan nasabah online yang memfasilitasi proses administrasi, pembayaran, serta klaim secara cepat dan efisien. Proses pembuatan polis yang sepenuhnya digital, kondisi perusahaan yang sehat, serta komunikasi yang responsif menjadikan Prudential lebih unggul dalam memberikan pengalaman layanan kepada nasabah. Sebaliknya, AJB Bumiputera Syariah belum sepenuhnya mengintegrasikan

teknologi digital ke dalam sistem layanan, sehingga proses administrasi masih lebih lambat, kurang efisien, dan tidak selalu responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Secara keseluruhan, PT AJB Bumiputera Syariah unggul dalam aspek kontribusi yang lebih terjangkau, variasi manfaat yang lebih fleksibel, serta penggunaan akad yang lebih komprehensif, sedangkan PT Prudential Syariah lebih unggul pada strategi pemasaran, penerapan teknologi, kualitas layanan, dan efisiensi proses operasional. Perbedaan keunggulan ini menunjukkan bahwa masing-masing perusahaan memiliki sumber daya kompetitif yang berbeda, yang disesuaikan dengan segmentasi pasar dan strategi bisnis masing-masing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa produk asuransi pendidikan di PT. AJB Bumiputera Syariah memiliki karakteristik yang lebih berorientasi pada tabungan pendidikan dengan prinsip syariah murni yang sederhana dan terjangkau, sedangkan PT. Asuransi Prudential Syariah menawarkan produk pendidikan berbasis unit link yang menggabungkan proteksi dengan investasi sehingga lebih fleksibel dan adaptif terhadap kebutuhan nasabah. Dari sisi strategi pemasaran, AJB Bumiputera Syariah lebih mengandalkan kedekatan emosional, jaringan agen tradisional, serta pendekatan langsung kepada masyarakat, sementara Prudential Syariah memanfaatkan brand global, inovasi produk, serta strategi promosi modern melalui media digital dan jaringan distribusi luas. Adapun keunggulan kompetitifnya, AJB Bumiputera Syariah unggul dalam aspek kepercayaan historis, kedekatan dengan masyarakat, dan

kesesuaian prinsip syariah yang kuat, sedangkan Prudential Syariah memiliki keunggulan pada diversifikasi produk, fleksibilitas manfaat, serta dukungan teknologi dan reputasi internasional yang memperkuat daya saing di pasar asuransi pendidikan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Aprida, O., & Bahri, S. (2024). Penerapan Teori Competitive Advantage Michael Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di MIS GUPPI 13 Tasik Malaya, Kabupaten Rejang Lebong. *AL-MANAR: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 13(02), 51–64.

Damayanti, A. (2014). *Competitive advantage produk asuransi pendidikan: studi PT. Asuransi Takaful Keluarga dan PT. Asuransi Jiwa BRIngin Life Syariah*.

Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno- Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>

Faizah, U. N. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapanakad Wakalah Bil Ujrahpada Produk Asuransipendidikan*.

Fatahilla, L., & Zainarti, Z. (2025). Analisis Swot Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa Ajb Bumi Putera 1912: Abstrak, pendahuluan, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka. *Jurnal*

- Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 513–518.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 127–132.
- Harahap, M. S. S., & Syahriza, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pendidikan Pada Pt Prudential Puraini Medan. *Journal of Social Research*, 1(11), 144–149.
- Hasanah, K. D., Susilawati, S., & Tabrani, A. (2024). Analisis Aspek-Aspek Keunggulan Daya Saing dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SDI Al-Akbar Bangsal. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah*, 4(2), 107–116.
- Hernita, H., & Lubis, F. A. (2023). Implementasi Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah Pada Pt. Prudential Syariah Binjai. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 3(1), 77–85.
- Kamaruddin, I., Firmansah, D., & Amane, A. P. O. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Arus Timur: Makasar*
- Khuroidah, A., & Maunah, B. (2022). Manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam meningkatkan competitive advantage (keunggulan bersaing) pada lembaga pendidikan Islam (LPI). *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 4(2), 156–167.
- Liyudha, M. U. (2018). *Manfaat Produk Mitra Iqra’Plus Dalam Perencanaan Program Pendidikan Anak Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Marlina, L., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya. *Jurnal Co Management*, 3(1), 423–432.
- Nasrullah, M. (2024). Strategi Membangun Organisasi Pembelajar Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 9(01), 19–27.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Nasution, S. (2020). Pelaksanaan Asuransi Pendidikan Dalam Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Literasiologi*, 3(3).
- Pikahulan, R. M. (2020). Implementasi fungsi pengaturan serta pengawasan pada Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terhadap perbankan. *Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan*, 1(1), 41–51.
- Rizki, M. (2017). Competitive Advantage Produk Asuransi Pendidikan (Studi Pt. Ajb Bumiputera 1912 Syariah Dan Pt Asuransi. In *Repository.Uinjt.Ac.Id*.

<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36502>

Rohayati, R. (2022). *Analisis Competitive Advantage Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah Menggunakan Indikator Competitive Pricing, Quality, Pruduct Inovation, Dan Time To Market Terhadap Minat Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Produk Assalam Family PT. Asu. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.*

Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi bisnis dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah kopiah resam mentari kota pangkalpinang. *E- Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 61–74.

Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). *Pengaruh orientasi pasar serta inovasi terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis.* Udayana University.

Shahzad, M. F., Xu, S., Lim, W. M., Yang, X., & Khan, Q. R. (2024). Artificial intelligence and social media on academic performance and mental well-being: Student perceptions of positive impact in the age of smart learning. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29523>

Siregar, T. F. A., & Lubis, F. A. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Pru CeraH Di PT Prudential Cabang Binjai. *YUME: Journal of Management*, 6(2).

Yusuf, M., & Harianto, B. (2024). Analysis of Human Resources (HR) Development Strategy and Mitra Asri Insurance Products in Increasing Competitive Advantage: Case Study at PT.

Asuransi AJB Bumiputera 1912 Medan Branch. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 1320–1331.

Zahro, S. N., Kusumawati, E. R., & Hasyim, M. N. (2023). Menjelajahi Tentang Minat Masyarakat dalam Berinvestasi melalui Asuransi Pendidikan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1700–1708.

Zhang, W., Xu, M., Feng, Y., Mao, Z., & Yan, Z. (2024). The Effect of Procrastination on Physical Exercise among College Students—The Chain Effect of Exercise Commitment and Action Control. *International Journal of Mental Health Promotion*, 26(8), 611–622. <https://doi.org/10.32604/ijmh.2024.052730>.

Aprida, O., & Bahri, S. (2024). Penerapan Teori Competitive Advantage Michael Porter dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam: Studi Kasus di MIS GUPPI 13 Tasik Malaya, Kabupaten Rejang Lebong. *AL-MANAR: Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, 13(02), 51–64.

Damayanti, A. (2014). *Competitive advantage produk asuransi pendidikan: studi PT. Asuransi Takaful Keluarga dan PT. Asuransi Jiwa BRIngin Life Syariah.*

Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno- Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>

- Faizah, U. N. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan akad Wakalah Bil Ujrah pada Produk Asuransipendidikan*.
- Fatahilla, L., & Zainarti, Z. (2025). Analisis Swot Strategi Pemasaran Asuransi Jiwa Ajb Bumi Putera 1912: Abstrak, pendahuluan, metodologi penelitian, hasil dan pembahasan, kesimpulan dan daftar pustaka. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 513–518.
- Fatya, A. C., Ramadhanti, D. U., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare “Skintific.” *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 265–282.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Persepsi masyarakat terhadap asuransi syariah. *Proceeding of Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics*, 127–132.
- Harahap, M. S. S., & Syahriza, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Asuransi Pendidikan Pada Pt Prudential Puraini Medan. *Journal of Social Research*, 1(11), 144–149.
- Hasanah, K. D., Susilawati, S., & Tabrani, A. (2024). Analisis Aspek-Aspek Keunggulan Daya Saing dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SDI Al-Akbar Bangsal. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah*, 4(2), 107–116.
- Hernita, H., & Lubis, F. A. (2023). Implementasi Prinsip-Prinsip Asuransi Syariah Pada Pt. Prudential Syariah Binjai. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 3(1), 77–85.
- Kamaruddin, I., Firmansah, D., & Amane, A. P. O. (2017). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Arus Timur: Makassar*.
- Keegan, W. J., Widyahartono, B., & Sindoro, A. (1996). *Manajemen pemasaran global*.
- Khuroidah, A., & Maunah, B. (2022). Manajemen sumber daya manusia (MSDM) dalam meningkatkan competitive advantage (keunggulan bersaing) pada lembaga pendidikan Islam (LPI). *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam*, 4(2), 156–167.
- Liyudha, M. U. (2018). *Manfaat Produk Mitra Iqra’Plus Dalam Perencanaan Program Pendidikan Anak Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Banda Aceh*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Marlina, L., Rahayu, A., & Wibowo, L. A. (2020). Strategi Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Industri Kreatif Bordir Tasikmalaya. *Jurnal Co Management*, 3(1), 423–432.
- Nasrullah, M. (2024). Strategi Membangun Organisasi Pembelajar Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Al-Idarah*, 9(01), 19–27
- Pikahulan, R. M. (2020). Implementasi fungsi pengaturan serta pengawasan pada Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terhadap perbankan.

Jurnal Penegakan Hukum Dan Keadilan, 1(1), 41–51.

Rizki, M. (2017). Competitive Advantage Produk Asuransi Pendidikan (Studi Pt. Ajb Bumiputera 1912 Syariah Dan Pt Asuransi. In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/36502>

Safitri, P., & Fajrin, Z. (2019). Strategi bisnis dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah kopiah resam mentari kota pangkalpinang. *E- Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 61–74.

Satwika, N. K. P., & Dewi, N. M. W. K. (2018). *Pengaruh orientasi pasar serta inovasi terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis*. Udayana University.

Shahzad, M. F., Xu, S., Lim, W. M., Yang, X., & Khan, Q. R. (2024). Artificial intelligence and social media on academic performance and mental well-being: Student perceptions of positive impact in the age of smart learning. *Heliyon*, 10(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29523>

Siregar, T. F. A., & Lubis, F. A. (2023). Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Pru Cerah Di PT Prudential Cabang Binjai. *YUME: Journal of Management*, 6(2).

Zahro, S. N., Kusumawati, E. R., & Hasyim, M. N. (2023). Menjelajahi Tentang Minat Masyarakat dalam Berinvestasi melalui Asuransi Pendidikan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 1700–1708.

Zhang, W., Xu, M., Feng, Y., Mao, Z., & Yan, Z. (2024). The Effect of Procrastination on Physical Exercise among College Students—The Chain Effect of Exercise Commitment and Action Control. *International Journal of Mental Health Promotion*, 26(8), 611–622. <https://doi.org/10.32604/ijmhp.2024.052730>