

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Asuransi Syariah

1. Pengertian Asuransi Syariah

Dalam bahasa Arab, asuransi dikenal dengan istilah at-ta'min, penanggung disebut mu'ammin, tertanggung disebut mu'aman lahu atau mus'takmin. At-ta'min diambil dari amana yang artinya memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut, seperti yang tersebut dalam surat Al Quraisy ayat 106, yaitu "Dialah Allah yang mengamankan mereka dari ketakutan". Pengertian at-ta'min adalah seseorang membayar atau menyerahkan uang cicilan untuk agar ia atau ahli warisnya mendapatkan sejumlah uang sebagaimana yang telah disepakati, atau mendapatkan ganti terhadap hartanya yang hilang.¹

Menurut fatwa No.21/DSN-MUI/X/2001 tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah:

Asuransi Syariah (*Ta'min, Takaful, Tadamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.²

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa usaha saling melindungi dan tolong-menolong di antara para peserta asuransi merupakan unsur yang sangat penting dalam asuransi syariah. Apabila

¹ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional, cet. 1*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), hal. 28

² Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 21 /DSN-MUI/X/2001 Tentang Pedoman Umum Asuransi Syariah.

salah seorang anggota tertimpa musibah maka semua anggota yang lainnya membantu dengan merelakan premi yang dibayarkan oleh mereka untuk diberikan kepada anggota yang tertimpa musibah.

2. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Landasan dasar asuransi syariah adalah sumber dari pengambilan hukum praktik asuransi syariah. Karena sejak awal asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggungan yang didasarkan pada nilai-nilai yang ada dalam ajaran islam, yaitu Al-Quran dan sunnah Rasul:³

a. Al Qur'an

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ
(٢)

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran, dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksaan-Nya.” (QS. Al-Maidah:2)⁴

Ayat ini memuat perintah (*amr*) tolong menolong antar sesama manusia. Dalam bisnis asuransi, nilai ini terlihat dalam praktik kerelaan anggota (*nasabah*) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru*). Dana sosial ini berbentuk rekening *tabarru* pada perusahaan asuransi dan difungsikan untuk menolong salah satu anggota (*nasabah*) yang sedang mengalami musibah.

³ AM. Hasan Ali, MA, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta:Prenada Perdana, 2004), hlm. 105

⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Surabaya: CV. Sahabat Ilmu, 2001), hlm. 107

b. Hadist Rasulullah SAW

Hal yang mendukung tentang praktik asuransi syariah juga berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW. Berikut ini hadits yang mendukung prinsip-prinsip muammalah untuk diterapkan di dalam asuransi syariah.

عَنْ أَبِي مُوسَى رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ (الْمُؤْمِنُ
لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا) وَسَلَّمَ. مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

Artinya: “Dari Abu Musa RA, Rasulullah SAW bersabda “Seorang mukmin dengan mukmin lainnya seperti satu bangunan yang satu sama lain saling menguatkan” kemudian beliau menggenggamkan jari-jarinya (Muttafaqun Aleih)”⁵

Hadits ini menjelaskan bahwasannya manusia yang hidup di atas bumi ini harus saling tolong-menolong sesama manusia. Pada bisnis asuransi, nilai dari hadist ini terdapat pada kerelaan anggota (nasabah) perusahaan asuransi untuk menyisihkan dananya agar digunakan untuk anggota (nasabah) yang mengalami musibah.

c. Landasan Operasional Asuransi Syariah di Indonesia

Secara struktural, landasan operasional asuransi syariah di Indonesia masih menginduk pada peraturan yang mengatur usaha perasuransian secara umum (konvensional), dan baru ada peraturan yang secara tegas menjelaskan asuransi syariah.

Peraturan tersebut terdapat pada Surat Keputusan Direktur Jenderal Lembaga Keuangan No. Kep. 4499/LK/2000 tentang Jenis, Penilaian, dan Pembatasan Investasi Perusahaan Asuransi dan Perusahaan Reasuransi dengan sistem Syariah⁶.

⁵ Muhamad Fuad Abdul Baqi', *Kumpulan Hadist Shahih Bukhari Muslim*, (Jakarta: Insan Kamil, 2006), hlm.89

⁶Surat Keputusan Direktur Jenderal Lembaga Keuangan Nomor: Kep. 4499/LK/2000, (Jakarta, 2000), hal 1-4

Sesuai dengan SK DJLK tadi, maka jenis-jenis investasi bagi perusahaan asuransi dan perusahaan reasuransi dengan sistem syariah adalah sebagai berikut :

- a. Deposito dan sertifikat deposito syariah
- b. Sertifikat wadi'ah Bank Indonesia
- c. Saham syariah yang tercatat di bursa efek
- d. Obligasi syariah yang tercatat di bursa efek
- e. Surat berharga syariah yang diterbitkan atau dijamin pemerintah
- f. Unit penyertaan reksadana syariah
- g. Penyertaan langsung syariah
- h. Bangunan atau tanah dengan bangunan untuk investasi
- i. Pembiayaan kepemilikan tanah atau bangunan, kendaraan bermotor, dan barang modal dengan skema murabahah.
- j. Pembiayaan modal kerja dengan skema mudharabah
- k. Pinjaman polis⁷

3. Prinsip-prinsip Asuransi Syariah

Industri asuransi, baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa, memiliki prinsip-prinsip umum muamalah yang menjadi pedoman bagi seluruh penyelenggaraan kegiatan perasuransian di mana pun berada diantaranya:

⁷ AM. Hasan Ali, MA, *Asuransi...*, hal. 155

a. Tauhid (Ketakwaan)

Jika dicermati ayat-ayat Al-Quran tentang muamalah, maka akan terlihat dengan jelas bahwa Allah selalu menyeru kepada umat-Nya agar muamalah yang dilakukannya membawanya kepada ketakwaan Allah SWT. Seorang muslim ketika membeli dan menjual, menyewakan dan mempekerjakan, melakukan penukaran dengan lainnya dalam harta atau berbagai kemanfaatan, ia selalu tunduk kepada aturan Allah SWT dalam bermuamalah. Ia tidak akan berusaha dengan sesuatu yang haram seperti riba, penimbunan, zalim, menipu, berjudi, mencuri, menyuap dan menerima suapan.

Allah SWT meletakkan prinsip tauhid (ketakwaan) sebagai prinsip utama dalam muamalah. Oleh karena itu, segala aktivitas dalam muamalah harus senantiasa mengarahkan para pelakunya dalam rangka untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT⁸.

Jadi dapat disimpulkan bahwa sebagai manusia kita dalam menjalankan apapun di dunia harus patuh kepada aturan Allah SWT, supaya apa yang kita lakukan itu bermanfaat dan menambah ketakwaan kita.

b. *Al- 'Adl* (Sikap Adil)

Prinsip kedua dalam muamalah adalah *al-'adl*. Cukup banyak ayat Al-Quran yang memerintahkan umat manusia untuk bersikap adil terhadap siapapun termasuk terhadap dirinya sendiri. Allah mencintai orang-orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim, bahkan melaknat mereka. Sikap adil juga diperlukan

⁸ AM. Hasan Ali, MA, *Asuransi...*, hal. 125

ketika asuransi syariah (asuransi Islam) menentukan bagi hasil dalam *surplus underwriting* (selisih lebih dari total kontribusi peserta ke dalam dana *tabaru'* setelah dikurangi pembayaran santunan /klaim, kontribusi reasuransi dan cadangan teknis dalam satu periode tertentu) dan bagi hasil investasi antara perusahaan dan peserta. Karena itulah, *transparansi* (keterbukaan) dalam perbankan dan asuransi syariah menjadi sangat penting.⁹

c. *At-Ta'awun* (Tolong Menolong)

Prinsip ketiga dalam muamalah adalah *ta'awun*. *Ta'awun* merupakan salah satu prinsip utama dalam interaksi muamalah. Bahkan *ta'awun* dapat menjadi fondasi dalam membangun sistem ekonomi yang kokoh, yang kaya memperhatikan yang miskin dalam hal kebutuhan financial, dan yang miskin membantu orang kaya dalam hal tenaga atau yang lainnya. *Ta'awun* merupakan inti dari konsep takaful, dimana antar satu peserta dengan peserta lainnya saling menanggung risiko, yakni melalui mekanisme dana *tabarru'* dengan akad yang benar yaitu akad takaful atau akad *tabarru'*¹⁰.

d. Al- Amanah (Terpercaya/ Jujur)

Menurut Yusuf Al-Qaradhawi, di antara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah amanah atau kejujuran. Kejujuran merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang-orang yang beriman. Prinsip amanah dalam organisasi perusahaan dapat terwujud dalam nilai-nilai *akuntabilitas*

⁹ AM. Hasan Ali, MA, *Asuransi...*, hal. 131

¹⁰ Dr. Madani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, cet. Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 97

(pertanggung jawaban). Perusahaan melalui penyajian laporan keuangan tiap periode. Dalam hal ini perusahaan harus memberi kesempatan yang besar bagi nasabah untuk mengakses laporan keuangan perusahaan. Laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan asuransi harus mencerminkan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dalam muamalah dan melalui *auditor publik* (akuntan publik). Oleh karena itu, sifat terpenting bagi pembisnis yang diridhai Allah adalah kejujuran¹¹.

e. Ridha (Saling Rela)

Dalam bisnis asuransi, kerelaan dapat diterapkan pada setiap anggota (nasabah) perusahaan asuransi agar mempunyai motivasi dari awal untuk merelakan sejumlah dana (premi) yang disetorkan keperusahaan asuransi, yang difungsikan sebagai dana sosial (*tabarru'*). Dana sosial (*tabarru'*) memang betul-betul digunakan untuk membantu anggota (nasabah) asuransi jiwa jika mengalami bencana kerugian. Jadi keridhaan dalam muamalah merupakan syarat sahnya akad antara kedua belah pihak, sedangkan mengetahui adalah syarat sahnya ridha.¹²

f. Bebas Riba

Riba secara bahasa bermakna *ziyadah* (tambahan). Dalam pengertian lain, secara *linguistik* riba berarti tumbuh dan membesar.

214 ¹¹ Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hal.

¹² AM. Hasan Ali, MA, *Asuransi..*, hal. 130

Sedangkan untuk istilah teknis riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil¹³.

g. Bebas Garar (Ketidakpastian), dan Maisir (Judi)

Gharār dalam pengertian bahasa adalah *al- khida'*(penipuan), yaitu suatu tindakan yang di dalamnya diperkirakan tidak ada unsur kerelaan . Hal ini tampak jelas apabila pemegang polis dengan sebab-sebab tertentu membatalkan kontraknya sebelum masa *reversing period* (masa dibolehkannya peserta untuk membatalkan kontrak dan mengambil uang /premi yang telah dibayarkannya adalah sepanjang waktu pertanggungan), biasanya tahun ketiga maka yang bersangkutan tidak akan menerima kembali uang yang telah dibayarkan kecuali sebagian kecil saja. Juga adanya unsur keuntungan yang dipengaruhi oleh pengalaman *underwriting*, di mana untung rugi terjadi sebagai hasil ketetapan¹⁴.

Menurut Karnaen A. Perwataatmadja prinsip operasional asuransi syariah mempunyai karakteristik yang khas, yaitu:

- a. Dana asuransi diperoleh dari pemodal dan peserta asuransi didasarkan atas niat dan semangat persaudaraan untuk saling membantu pada waktu diperlukan.
- b. Tatacara pengelolaan tidak terlibat dengan unsur-unsur yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti unsur *gharar*, *maysir* dan *riba*'.
- c. Jenis asuransi Islam terdiri dari:

¹³ Gibtiah, M.Ag, *Fikih Kontemporer*, (Jakarta: Prenada Media, 2016), hal. 93

¹⁴ *Ibid.*, hal. 92

- 1) Takaful Keluarga yang memberikan perlindungan kepada peserta atau ahli warisnya sebagai akibat kematian, dan sebagainya.
- 2) Takaful Umum yang memberikan perlindungan atas kerugian harta benda karena kebakaran, kecurian, dan sebagainya.

Terdapat Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi operasional perusahaan agar tidak menyimpang dari tuntunan syariat. Pada asuransi Islam yang perlu mendapatkan perhatian adalah agar format berbagai perjanjian yang mengikat para pihak dan investasi yang dilakukan perusahaan tidak menyimpang dari ketentuan-ketentuan syariah¹⁵.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa asuransi syariah memiliki karakteristik tersendiri. Karakter atau ciri tersebut harus terus melekat pada saat mengoperasionalkan asuransi syariah. Sebab, bila hilang salah satu ciri tersebut, maka akan menghilangkan identitas asuransi syariah itu sendiri sebagai asuransi yang berdasarkan Islam. Akibatnya, asuransi syariah tidak bisa lagi dibedakan dengan asuransi konvensional yang merupakan perwujudan dari sistem ekonomi yang dibangun di atas landasan filosofis manusia.

B. Agen Asuransi Syariah

1. Pengertian Agen

Dalam bisnis jasa asuransi, sebutan seorang penjual asuransi pada umumnya adalah agen *executif*, *financial consultant*, agen representatif, *consultant*, *agent*. Sedangkan sebutan yang sudah umum dalam masyarakat adalah agen, sehingga disetiap

¹⁵ Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia*, (Depok: Usaha Kami, 1996), hal. 235.

kelembagaan seperti dikantor pemasaran asuransi dan ataupun ditingkat asosiasi asuransi terdapat difisi keagenan atau komisi keagenan.¹⁶ Agen asuransi adalah seseorang atau badan hukum yang menjelaskan bisnis untuk memperkenalkan atau memasarkan asuransi kepada masyarakat atau orang lain. Agen asuransi ini bisa juga disebut marketing asuransi.¹⁷

Menurut Wahyu Prihantono, agen adalah orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi dan dipercaya oleh pemegang polis yang bertugas mencari dan mendapatkan calon-calon pemegang polis dengan memberikan penerangan tentang pentingnya jaminan untuk hari tua, perlindungan untuk keluarga, atau orang lain yang ada kepentingan asuransinya.¹⁸ Selanjutnya dalam Undang-undang No. 2 Tahun 1992 tentang usaha perasuransian dijelaskan bahwa definisi dari agen asuransi adalah seorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung.¹⁹

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan agen asuransi adalah orang atau badan hukum yang memasarkan jasa asuransi atau melakukan persuasif kepada calon pembeli atau klien, baik secara perorangan maupun lembaga untuk membeli jasa asuransi yang ditawarkan secara menguntungkan. Agen merupakan orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi untuk memberikan pengertian tentang betapa pentingnya asuransi sebagai jaminan masyarakat. Oleh karena itu agen harus jujur, baik jujur kepada diri sendiri, jujur kepada masyarakat, maupun jujur kepada perusahaan.

¹⁶ Ketut Sendra, *Panduan Sukses Menjual Asuransi*, (Jakarta:PPM, 2002), cet. ke 1, hal.5

¹⁷ Waldi Nopriyansah, *Asuransi Syariah: Berkah Terakhir tak Terduga*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2016), hal.14

¹⁸ M. Wahyu Prihantono, *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal. 6

¹⁹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian

Agen asuransi memiliki peran penting dalam menjalankan atau memasarkan asuransinya, karena agen merupakan roda dari lancarnya suatu perusahaan dalam mengenalkan produk-produk yang ada pada asuransi. Agen perusahaan asuransi diberi wewenang oleh perusahaan yang mengatasnamakan perusahaan asuransi, dan seorang agen asuransi harus memiliki kapasitas legal dengan mengikuti ujian. Agen asuransi harus terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Untuk ujiannya dilakukan di perusahaan masing-masing asuransi. Mereka yang sudah terdaftar sebagai agen asuransi dapat menjalankan atau menjual produk asuransi syariah, akan tetapi sekarang seiring berjalannya waktu, bagi yang ingin memasarkan produk syariah, mereka harus terlebih dahulu memiliki sertifikat tenaga penjual syariah.

Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) bekerja sama dengan Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) mulai tanggal 1 Januari 2014 akan melaksanakan Program Sertifikasi bagi tenaga Penjual syariah dengan nama Program Grandfathering Tenaga Penjual Syariah. Masa berlaku program selama 1 tahun terhitung efektif mulai tanggal 1 Januari 2014 dan berakhir 31 Desember 2014. Program Grandfathering Syariah adalah program penganugerahan Sertifikasi dan Lisensi Keagenan Asuransi Jiwa Syariah kepada agen yang saat ini telah memiliki sertifikat dan lisensi asuransi jiwa konvensional dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), yang akan memasarkan produk asuransi jiwa berbasis syariah tanpa mengikuti ujian sertifikasi dan lisensi keagenan asuransi syariah.

2. Fungsi Agen

Peran agen dalam industri perasuransian sangat penting. Profesi agen asuransi adalah suatu profesi yang membutuhkan orang-orang dengan integritas tinggi dan mempunyai kemampuan serta kemauan untuk melayani masyarakat secara efektif. Di negara-negara yang sudah maju seperti Amerika negara-negara Eropa, Australia, dan Jepang memiliki polis asuransi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat.²⁰

Di Indonesia sampai saat ini, masyarakat masih banyak yang belum menyadari akan produk asuransi. Bahkan banyak dari mereka yang sadar akan kebutuhan hadirnya asuransi masih harus didorong untuk ikut asuransi. Hal ini kemungkinan disebabkan pembeli asuransi masih kurang memahami tentang asuransi dan mereka kurang memiliki informasi yang jelas akan produk asuransi, sehingga meskipun sudah ada keinginan untuk berasuransi, tetapi mereka masih menanggukannya. Melihat kenyataan ini maka produk-produk asuransi harus secara aktif diinformasikan kepada masyarakat umum.

Hal ini menjadi perhatian khusus bagi pihak perusahaan asuransi bahwa peran agen sebagai orang yang mengenalkan menginformasikan, dan menjelaskan ke masyarakat sangat dibutuhkan. Sehingga dapat kita ketahui bahwa peran seorang agen asuransi sangat dibutuhkan karena mereka merupakan orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi untuk menginformasikan tentang betapa pentingnya asuransi sebagai jaminan masyarakat. Oleh karena itu agen harus jujur, baik jujur kepada diri sendiri, jujur kepada masyarakat, maupun jujur kepada perusahaan.

²⁰ Ketut Sendra, *Panduan Sukses Menjual Asuransi...* hal.10

Melihat vitalnya peran agen pada perusahaan asuransi maka fungsi seorang agen dalam menjalankan kegiatannya mempunyai tugas, kewajiban dan tanggung jawab:²¹

1) Tugas-tugas Agen

Agen dalam perusahaan asuransi mempunyai tugas yaitu menjual produk sekaligus. Bertitik tolak pada hal ini, maka dapat dikatakan bahwa tugas agen adalah sebagai berikut:

- a) Menjelaskan betapa pentingnya asuransi bagi masyarakat
- b) Menjelaskan tentang apa, siapa, dan bagaimana kinerja perusahaan asuransi
- c) Mendapatkan calon pemegang polis atau nasabah sebanyak-banyaknya
- d) Dapat dipercaya, baik oleh perusahaan maupun masyarakat
- e) Menjaga nama baik perusahaan asuransi tempat mereka bekerja.

2) Kewajiban Agen

Adapun yang menjadi kewajiban agen adalah sebagai berikut:

- a) Agen perlu mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan calon tertanggung dalam hal menjual produk yang ditawarkan.
- b) Melakukan penutupan dan segera menyetor premi pertama yang berhasil ditagih pada hari kerja.
- c) Memberikan pelayanan yang baik kepada calon tertanggung dengan tidak melanggar kode etik profesi agen asuransi.

²¹ A. Hasyim Ali, *Pengantar Asuransi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hal. 21

3) Tanggung Jawab Agen

Sesuai dengan tugas yang diemban oleh agen, maka yang menjadi tanggung jawab agen adalah sebagai berikut:

- a) Memenuhi target yang ditetapkan
- b) Berproduksi secara sehat
- c) Menyetorkan premi pertama dan premi lanjutan sesuai ketentuan yang berlaku.

3. Peran Agen dalam Melakukan Penjualan Asuransi

Peran agen asuransi dalam penjualan asuransi jiwa bukan sekedar pelengkap, melainkan vital. Peran yang dimaksud adalah sejumlah kegiatan yang diharapkan oleh prospek sehubungan dengan kedudukannya sebagai penjual jasa asuransi. Tanpa peran agen tersebut, prospek bisa kesulitan mendapatkan pelayanan jasa asuransi. Bagi perusahaan tertentu, apabila agen asuransi tidak berperan optimal, produktivitas penjualan menjadi rendah. Berikut ini adalah keenam peran agen asuransi adalah:

a. Inisiator

Inisiator adalah “orang yang membuat inisiatif, memprakarsai dan juga konseptor”.²² Seorang inisiator memiliki sifat yang berani mencoba dan tidak takut gagal. Sedangkan menurut teori Sugeng Widodo, inisiator adalah orang yang berinisiatif melakukan segala sesuatu tanpa diminta atau diperintah orang lain.²³ Dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang agen harus bisa membuat inisiatif serta

²² Thomas Kristo, *Keep Moving Renungan 180 Hari Kepemimpinan*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), hal. 20

²³ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses Agen Asuransi*, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 54

dalam melakukan sesuatu tanpa diminta atau diperintah oleh orang lain dalam melakukan suatu pekerjaan.

b. Konektor

Konektor adalah orang yang membangun hubungan jangka panjang dengan orang lain untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan, khususnya dalam bentuk bisnis. Hubungan tersebut dibangun atas dasar pengenalan, pemahaman, penerimaan, rasa hormat, kepercayaan dan ikatan.²⁴

Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang gen harus mampu membangun hubungan jangka panjang dengan nasabahnya.

c. Komunikator

Komunikator juga bisa disebut sebagai “*sender, encoder, atau information source*”, adalah menyampaikan pesan”. Dalam hal ini agen asuransi dituntut memiliki keterampilan mengkomunikasikan produk maupun informasi lain untuk meyakinkan prospek agar membeli produk asuransi dari dirinya. Komunikasi dapat berjalan dengan baik apabila antara agen asuransi dengan prospek terjalin hubungan yang baik dan saling percaya.²⁵

Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikator itu bertugas menyampaikan pesan, dan dalam menyampaikan pesan harus jujur agar dapat terjalin hubungan yang baik dan saling percaya.

d. Motivator

Motivator merupakan usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau kelompok orang tertentu bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaki atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya. Sebagai motivator seorang agen asuransi harus meyakinkan bahwa produk asuransi tersebut

²⁴ *Ibid*,... hal. 55

²⁵ Endang S. Sari, *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hal. 24

merupakan solusi atas masalah yang dihadapi dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan prospek.²⁶

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa seorang agen harus dapat memotivator untuk meyakinkan bahwa produk asuransi merupakan solusi atas masalah yang dihadapi dan sesuai dengan kebutuhan.

e. Edukator

Dalam proses penjualan, seorang agen asuransi tidak bisa memaksa prospek untuk membeli produk asuransi yang ditawarkan. Yang bisa dilakukan agen asuransi adalah menunjukkan adanya masalah menyangkut nilai ekonominya. Selain membantu prospek mengenali masalah di bidang keuangannya, sebagai edukator agen asuransi juga memberikan nasehat, saran, maupun rekomendasi untuk menggunakan produk asuransi yang ditawarkan sebagai solusi.²⁷

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa suatu proses penjualan tidak boleh ada pemaksaan, sebagai edukator agen harus bisa memberikan nasehat, saran, maupun rekomendasi untuk menggunakan produk asuransi.

f. Administrator

Agen asuransi adalah orang yang melakukan peraturan, prosedur maupun kebijakan dari perusahaan yang diwakili dalam penjualan. Kegiatan agen asuransi sebagai administrator misalnya membantu prospek melengkapi data isian formulir surat permintaan asuransi jiwa, melakukan seleksi risiko baik administratif maupun finansial, penyerahan polis, dan hal-hal lain yang diperlukan untuk kelengkapan administrasi penutupan penjualan asuransi jiwa. Peran administrator agen asuransi juga dapat berarti mengelola kegiatannya dalam administrasi yang baik.²⁸

²⁶ Hermawan Aksan, *Ide Gila Marketing Tung Desem Waringin*, (Jakarta: Hikmah (PT Mizan Publika), 2008), hal. 1

²⁷ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses....*hal. 55

²⁸ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses....*hal. 55

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa agen asuransi sebagai administrator itu membantu prospek melengkapi data isian formulir surat permintaan asuransi jiwa, penyerahan polis.

4. Sikap Agen Asuransi Syariah

Dalam perspektif ekonomi Islam ada beberapa modal dasar sikap yang harus dimiliki seorang pemasar syariah yang tercermin sikap profesionalisme dalam perannya sebagai penjualan produk syariah. Modal dasar sikap itu terdiri dari :

a. Bertanggung Jawab

Seorang agen asuransi syariah bertanggung jawab tidak semata-mata kepada para klien atau perusahaan yang diwakilinya, tetapi yang lebih penting dari semua itu bahwa ia harus dapat mempertanggungjawabkan semua transaksi yang dilakukan kepada Allah SWT, dengan sikap demikian maka seorang marketer memiliki pribadi yang berguna dan taat kepada Allah SWT.²⁹

Dari penjelasan diatas peneliti memberikan kesimpulan bahwa seorang agen harus melaksanakan tanggung jawabnya tidak hanya kepada klien, tapi juga dengan semua transaksi yang dilakukan kepada Allah SWT.

b. Mandiri

“Mandiri artinya mampu berdiri diatas kaki sendiri, tidak menggantungkan nasib dan pertolongan dari orang lain atau beban masyarakat sekitar”³⁰. Karena, tidak selamanya seseorang dapat menolong diri kita kecuali dengan daya dan upaya dari dalam diri kita

²⁹ Abdulah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), hal. 113

³⁰ EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (t.t.p:Difa Publisher,t.t.), hal. 431

sendiri.

c. Kreatif

“Kreatif adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dari yang sebelumnya”³¹.

Dari pengertian diatas dapat di simpulkan peneliti bahwa pemasar yang kreatif maka baginya banyak jalan menuju sukses dan banyak cara mencapai keberhasilan. Karena bagi pribadi yang kreatif tidak akan pernah mengalami kegagalan atau kesulitan di dalam menuju keberhasilan cita-cita.

d. Selalu Optimis dan Tidak Mudah Putus Asa

Marketer syariah di dalam berusaha tidak pernah mengenal kata putus asa, ia selalu optimis atas segala ikhtiar yang telah dilakukannya. Jika kita telah memiliki niat yang kuat di dalam hati dengan berkeyakinan bahwa kita dapat mencapai sasaran yang dibarengi dengan suatu komitmen atau keteguhan hati pasti akan terjadi sesuatu yang luar biasa dalam diri kita³².

e. Jujur dan Dapat Dipercaya

Agen asuransi syariah harus menyampaikan, menginformasikan, atau mempresentasikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan terbuka dan tidak ada yang disembunyikan³³.

³¹ Prof. Dr. H. Syaiful Sagala, S.Sos., M.Pd, *Pendekatan dan Modal Kepemimpinan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hal. 374

³² Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran...*, hal. 113

³³ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran...*, hal. 114

f. Sabar dan Tidak Panik ketika Mengalami Kegagalan

Setiap manusia pasti akan mengalami ujian, misalnya kegagalan dalam usaha atau berbisnis sebagaimana halnya dengan pemasar syariah. Namun, bagi pelaku pemasar syariah menyadari bahwa Allah akan memberikan suatu keberhasilan bagi siapa saja yang selalu bersungguh-sungguh di dalam melakukan usahanya dengan sifat sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan.³⁴

Dari penjelasan diatas peneliti menyimpulkan seorang agen akan berhasil jika dalam menjual produk asuransi dengan sungguh-sungguh, serta sabar dan tidak panik.

5. Kode Etik Agen

Dalam industri asuransi masalah kode etik agen asuransi mendapat perhatian khusus, sebab berkembangnya perusahaan asuransi sangat ditentukan oleh para agen asuransi. Merekalah yang mengenal, melayani, dan mengasai portofolio nasabah.

Kode etik atau “moral” dan *ethos* adalah “karakter” yang diperlukan untuk menjaga citra profesi agen itu sendiri juga dan kepercayaan masyarakat terhadap industri asuransi. Kode etik keagenan dapat mencegah praktek penutupan asuransi yang merugikan masyarakat dan merusak citra agen atau citra industri asuransi.

Penetapan kode etik agen asuransi harus memperhatikan :

1. Tugas dan tanggung jawab seorang agen asuransi, yaitu antara lain kedudukan dan fungsinya dalam perusahaan asuransi, agen asuransi sebagai wakil perusahaan, wewenangnyanya dalam melakukan penutupan polis asuransi.
2. Tanggung jawab pihak pemilik polis atau pemegang polis

³⁴ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran...*, hal.115

asuransi antara lain hak-hak pemegang polis, hak untuk mendapatkan pelayanan dan informasi, dan hak-hak lain yang disepakati atau diperjanjikan.

3. Tanggung jawab publik dan sosial, antara lain hak-hak publik atas perlindungan, persepsi masyarakat atau publik terhadap industri asuransi.
4. Tanggung jawab pemerintah antara lain sebagai pembina dan pengawas, sebagai regulator pertumbuhan dan perkembangan bisnis asuransi.³⁵

Sifat-sifat agen yang diharapkan dan diinginkan oleh nasabah, perusahaan asuransi, publik dan pihak regulator, antara lain adalah cermat karena sebagai konsultan perencanaan keuangan keluarga, tepat waktu dan tepat janji karena agen adalah pemasar produk yang *intangible*, jujur karena menawarkan produk jangka panjang bahkan seumur hidup, tegas dan berani karena premi asuransi yang ditawarkannya tidak dapat dinikmati dalam waktu dini, karena mempertaruhkan kepercayaan.

6. Jenjang Karier

Jenjang karier adalah tingkatan posisi yang terdapat dalam perusahaan *modern* sebagai apresiasi terhadap pekerjaannya.³⁶ Loyalitas terhadap perusahaan menjadi ukuran pertama seorang mendapatkan peningkatan jenjang karir. Keterampilan/*skill* yang unik dan bermanfaat menjadi hal penting untuk dimiliki dalam upaya perbaikan jenjang karier, *skill* yang telah dikembangkan akan lebih cepat dipertimbangkan jika memiliki *communication skill*. Kerjasama tim juga menjadi hal penting dalam peningkatan jenjang karier, jangan pernah menjatuhkan seseorang demi kenaikan karier karena ada kemungkinan orang lain akan berbuat hal

³⁵ Ketut sendra, *Asuransi Jiwa Unit Link dalam Konsep dan Penerapan*, (Yogyakarta: PT Bayu Indra Grafika, 2004), hlm. 118

³⁶ Ponijan Liaw, S. O. S(*Strategi Orang Sukses*) Bisnis, (Jakarta: PT Tangga Pustaka, 2012) hal. 251.

yang serupa.

PT Prudential Life Insurance memberikan jenjang karier kepada para agen yang terdapat pada Pru *Fast Strat* apabila agen tersebut berhasil mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan. Adapun jenjang karier yang dimaksud diantaranya: *Agency Director* (AD), *Associate Agency Director* (AAD), *Associate Agency Manager* (AAM).³⁷

7. Penjualan

Penjualan ialah “ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual, untuk mengajak orang lain bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan”.³⁸

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kesuksesan penjualan suatu produk asuransi syariah sangat tergantung pada kinerja para agen-agennya, karena dari agen tersebutlah produk-produk asuransi syariah dapat sampai ke nasabah.

8. Usaha-Usaha Agen dalam Melakukan Penjualan

a. Mencari calon pelanggan

Seorang agen dalam mencari calon pemegang polis dengan melakukan dua cara, antara lain:

- 1) Agen melakukan pengamatan sendiri dengan mencari informasi lewat buku telepon, media cetak atau elektronik, kenalan, tetangga, dan lingkungan sosial
- 2) Agen meminta referensi melalui sahabat, teman, pemegang polis.

b. Menetapkan Sasaran (*Prospecting*)

³⁷ PT Prudential Life Assurance, *PRUfast Start*, (Jakarta: PT Prudential Life Assurance, 2017), hal. 25.

³⁸ Basu, Swastha DH, *Azas Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hal. 3

Prospecting adalah kegiatan agen dalam mencari calon peserta atau nasabah yang dapat dilakukan dengan cara pengamatan sendiri dan referensi.

Hal-hal yang perlu diperhatikan terhadap calon nasabah adalah:

- 1) Mempunyai jiwa kasih sayang terhadap keluarga
- 2) Mempunyai rasa akan kebutuhan asuransi
- 3) Memiliki kemampuan membayar
- 4) Berbadan sehat jasmani dan rohani
- 5) Bisa diajak komunikasi³⁹

c. Berkomunikasi

Mengkomunikasikan informasi tentang produk dan jasa perusahaan. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal yang merupakan satu kesatuan komunikasi yang saling melengkapi. Komunikasi non verbal dapat berupa bahasa tubuh seperti tatapan mata, mimik wajah, gerakan tangan, posisi tubuh, atau dapat juga berupa intensitas suara, frekuensi suara, dan dinamika suara⁴⁰.

C. Produk-Produk Asuransi Syariah

Berdasarkan karakternya, perjanjian asuransi terbagi menjadi dua golongan, yaitu asuransi kerugian dan asuransi jumlah/jiwa/keluarga.⁴¹

1. Asuransi Kerugian

Asuransi kerugian adalah perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan resiko atas kerugian kehilangan manfaat, dan tanggung

³⁹ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran...*, hal.98

⁴⁰ Muthohari Nisrina, *Panduan Praktis Membeli & Menjual Asuransi*, (Yogyakarta: PT Suka Buku, 2012), hal. 47

⁴¹ Ridwan Khairandy, *Pengantar Hukum Dagang*, (Yogyakarta: UII Press, 2006), hal. 197

jawab hukum kepada pihak ketiga yang timbul dari peristiwa yang tidak pasti.⁴² Asuransi kerugian meliputi asuransi kendaraan, asuransi rumah(bangunan) dan asuransi kebakaran.

a. Asuransi Kendaraan

Dalam asuransi kendaraan, perusahaan asuransi memberikan perlindungan terhadap kerugian pada kendaraan yang disebabkan karena mengalami musibah kecelakaan serta tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga.

b. Asuransi Kebakaran

Dalam asuransi kebakaran, perusahaan asuransi memberikan perlindungan harta benda serta gangguan usaha dari kerugian yang diakibatkan oleh kebakaran, ledakan gas, dan sambaran petir.

c. Asuransi Rumah (Bangunan)

Dalam asuransi rumah(bangunan), perusahaan asuransi memberikan perlindungan terhadap kerugian atau kerusakan pada proyek pembangunan yang sedang berjalan sehubungan dengan pekerjaan kontruksi pabrik atas peralatan atau mesin-mesin kontruksi.⁴³

2. Asuransi Jumlah/ Jiwa/ Keluarga

Asuransi jiwa adalah perjanjian asuransi yang memberikan jasa dalam penanggulangan risiko yang berkaitan dengan hidup atau meninggalnya seseorang. Asuransi jiwa ini meliputi asuransi jiwa, kesehatan dan kecelakaan.

a. Manfaat Asuransi Jiwa Syariah

⁴² Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep, Regulasi dan Implementasi)*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), hal. 94

⁴³ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.260-261

- 1) Mengurangi beban biaya rumah sakit. Jika seseorang menderita sakit maka biaya pengobatan akan dibayar oleh perusahaan asuransi sesuai kesepakatan atau akad yang dibuat.
- 2) Mendapatkan uang tabungan dari pembayaran premi setiap bulannya sesuai akad yang dibuat.
- 3) Mendapatkan keuntungan dari hasil investasi yang dilakukan dan dibagi sesuai akad yang digunakan.
- 4) Saling membantu satu sama lain karena satu akad yang digunakan adalah akad tabarru, yaitu akad tolong-menolong, sehingga imbalannya adalah pahala, seperti halnya orang yang meninggal dunia kemudian orang lain memberikan sumbangan kepada keluarga yang ditinggalkan.
- 5) Ahli waris akan mendapatkan manfaat berupa uang saat peserta meninggal dunia.⁴⁴

b. Kegiatan Usaha Asuransi Jiwa Syariah

Setiap asuransi jiwa syariah harus memiliki kegiatan usaha yang jelas, dan setiap asuransi jiwa syariah memiliki *saving*, investasi, dan juga perlindungan kesehatan. ada beberapa kegiatan usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan asuransi jiwa syariah

1) Perlindungan Biaya Rumah Sakit

Dalam asuransi jiwa syariah (kesehatan), perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha haruslah jelas. Perusahaan akan memberikan perlindungan biaya rumah sakit, baik itu biaya kamar, biaya pengobatan,

⁴⁴ Muhammad Syakir Sula, *Asuransi Syariah (Life and General)*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2004), hal 648

biaya operasi, maupun biaya obat. Tidak hanya sampai disitu, peserta juga mendapatkan biaya rawat jalan setelah keluar dari rumah sakit.

2) Perlindungan Biaya Risiko Kecelakaan

Perusahaan asuransi jiwa syariah tidak hanya melindungi biaya risiko rumah sakit, tetapi juga memberikan perlindungan biaya risiko kecelakaan. Peserta asuransi akan mendapatkan klaim jika mengalami kecelakaan, baik itu cacat total maupun tidak yang akan disesuaikan dengan akad awalnya.

3) Meninggal Dunia

Ahli waris peserta akan mendapatkan klaim dari perusahaan jika peserta meninggal dunia, baik itu karena sakit maupun karena kecelakaan, dan besarnya pembayaran klaim sesuai dengan akad yang diperjanjikan di awal akad.

4) Investasi

Setiap asuransi memiliki unit link atau berbentuk perlindungan dan investasi, sehingga setiap perusahaan asuransi dalam menjalankan usahanya memiliki investasi. Dana atau premi yang diberikan oleh peserta akan diinvestasikan sesuai akad atau perjanjian dimana uang tersebut akan diinvestasikan.

Perusahaan sebagai penanggung jawab premi peserta memiliki beberapa kewajiban yang harus dijalankan, yaitu: Perusahaan selaku pemegang amanah wajib melakukan investasi dari dana yang terkumpul, investasi wajib dilakukan sesuai dengan syariah.⁴⁵

⁴⁵ Ingrid Tan, *Buku Pintar Asuransi-Harapan Terakhir Tak Terduga*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2009), hal 35

c. Produk Asuransi Jiwa Syariah

Takaful keluarga adalah bentuk takaful yang memberikan perlindungan finansial kepada peserta takaful dalam menghadapi bencana kematian dan kecelakaan yang menimpa peserta takaful. Produk takaful keluarga meliputi:

- 1) Takaful Berencana
- 2) Takaful Pembiayaan
- 3) Takaful Pendidikan
- 4) Takaful Dana Haji
- 5) Takaful Berjangka
- 6) Takaful Kecelakaan Siswa
- 7) Takaful Kecelakaan Diri
- 8) Takaful Khairat Keluarga⁴⁶

D. Penelitian Terdahulu

Fuad, 2008. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peranan agen dalam pengembangan bisnis asuransi syariah dan sistem pembinaan, pelatihan dan dapat mengubah kemampuan agen sebelum memulai terjun kelapangan untuk mengembangkan bisnis dan memasarkan produknya. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peranan agen dalam pengembangan bisnis yaitu mengembangkan pasar baru atau memperluas pasar terutama untuk wilayah yang belum menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi secara langsung. Agen juga berperan dalam mempertahankan dan

⁴⁶ Walid Nopriyansah, *Asuransi Syariah*....hal 31-32

meningkatkan pasar yang sudah ada dengan berupaya untuk selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan layanan terbaiknya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah difokuskan pada peran agen dalam pengembangan bisnis asuransi syariah sedangkan pada penelitian saya fokus pada masyarakat. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif⁴⁷.

Noviyarni, 2011. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi di PT Bumiputera Syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan agen asuransi mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah diantaranya yaitu mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada dengan berupaya untuk selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan layanan terbaiknya, berperan dalam melakukan kegiatan pendidikan pada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah lokasi penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah sama-sama meneliti mengenai peran agen dalam asuransi syariah⁴⁸.

Oktovina, 2015. Tujuan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran agen PT Prudential dalam

⁴⁷ Fuad Ibnu Madya, *Peranan Agen dalam Pengembangan Bisnis Asuransi Syariah*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), hal. 62

⁴⁸ Noviyarni, *Peranan Agen dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di PT. Bumi Putera Cabang Ciputat*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hal. 46

mempertahankan loyalitas nasabah Prulink Syariah. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan dalam mempertahankan loyalitas nasabah strategi para agen PT Prudential yaitu dengan memberikan informasi berkala kepada nasabah, service quality agen, membangun hubungan pribadi dengan nasabah, memberikan edukasi asuransi kepada masyarakat hingga bisa memperluas bisnis asuransi syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah difokuskan pada strategi pemasaran agen asuransi syariah dalam mempertahankan loyalitas nasabah sedangkan pada penelitian saya fokus pada peran agen asuransi syariah dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Pruprime Healthcare Syariah. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah lokasi penelitian⁴⁹.

Rizki Redhika, 2015. Tujuan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis potensi dan kendala pengembangan asuransi syariah di kota Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kendala yang dimiliki PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Medan dari segi kelemahan adalah market share asuransi syariah di Indonesia yang masih rendah dan SDM yang berkualitas masih terbatas, sedangkan dari segi ancaman adalah banyaknya persaingan di industri perasuransian, baik dari asuransi syariah maupun asuransi konvensional, lalu kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan

⁴⁹ Oktovina Yesi Putranti, *Strategi Pemasaran Agen PT Prudential dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), hal. 39

adalah pada penelitian ini difokuskan pada potensi dan kendala pengembangan asuransi syariah sedangkan pada penelitian saya fokus pada peran agen asuransi syariah dalam meningkatkan penjualan produk Pruprime Healthcare Syariah. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitiannya menggunakan kualitatif.⁵⁰

Edi dan Maghfirotun, 2018. Tujuan penelitian untuk menganalisis strategi pemasaran agen asuransi dalam mencari nasabah Prulink Syariah di Kabupaten Jepara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif analitis. Hasil penelitian ini menunjukkan strategi yang dilakukan agen asuransi untuk mendapatkan nasabah adalah dengan mempertahankan siklus perencanaan (planning), prospek (prospecting), pendekatan (approaching), pencarian fakta (fact finding), presentasi (presentation), menangani keberatan dan penutupan (closing). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan adalah pada penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran agen asuransi Prulink Syariah sedangkan pada penelitian saya fokus pada peran agen asuransi syariah dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Pruprime Healthcare Syariah. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif⁵¹.

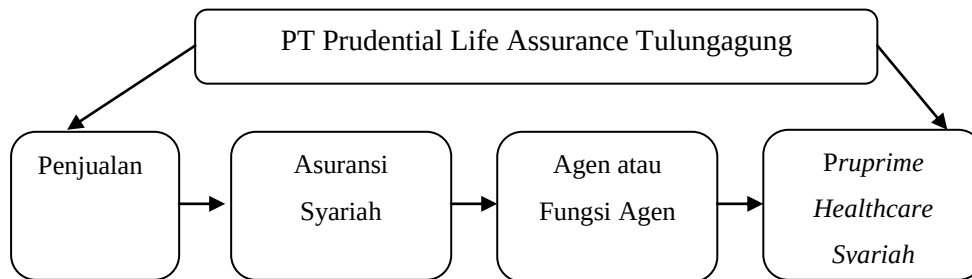
E. Kerangka Pemikiran Teoritis

Agar mudah memberikan arah dan maksud penelitian ini, maka peneliti menjelaskan menggunakan bagan sebagai berikut:

⁵⁰Rizki Redhika, *Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No.5.

⁵¹ Edi Susilo, "Strategi Pemasaran Agen Asuransi Prulink Syariah di Kabupaten Jepara", dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2, Juli-Desember 2018.

Gambar 2.1
Peran Agen Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pruprime Healthcare Syariah



Alur dari kerangka berfikir teoritis yaitu peneliti akan melakukan penggalan informasi melalui wawancara terkait konsep peran agen dalam meningkatkan penjualan produknya yaitu: *PRUprime Healthcare Syariah* Dan tahapan terakhir yaitu menganalisa konsep peran agen asuransi syariah dalam meningkatkan penjualan produk tersebut apakah kendala yang dihadapi, dan cara mengatasi kendala tersebut.

