

BAB V

PEMBAHASAN

1. Posisi dan Peran Agen secara Umum dalam Asuransi Syariah di PT Prudential Life Assurance

Didalam suatu perusahaan asuransi syariah, asuransi syariah merupakan bentuk muamalah antara anggota dengan agen. Dimana muamalah yang baik itu terbangun karena adanya silaturahmi yang hangat. Hal inilah yang menjadikan posisi dan peran agen asuransi syariah sangat mendominasi dalam asuransi syariah.

Dalam teori yang dikemukakan oleh Ponijan Liaw bahwa jenjang karier adalah tingkatan posisi yang terdapat dalam perusahaan modern sebagai apresiasi terhadap pekerjaannya.¹ Adapun terkait dengan jenjang karier dalam PT Prudential Life Assurance itu sudah diatur bahwa ada 3 macam posisi yaitu *Agency Director (AD)*, *Associate Agency Director (AAD)*, *Associate Agency Manager (AAM)*.²

Menurut teori Wahyu Prihantoro bahwa 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

¹ Ponijan Liaw, S. O. S (Strategi Orang Sukses), (Jakarta: PT Tangga Pustaka, 2012), hal. 251.

² PT Prudential Life Assurance, PRUfast.....hal. 25

asuransinya.³ Didalam asuransi syariah di PT Prudential *Life Assurance* yaitu memperluas pasar dan agen sebagai jembatan antara nasabah dan perusahaan asuransi syariah. Hal ini terjadi karena agen yang turun ke lapangan langsung memasarkan produk asuransi syariah dari perusahaannya, sehingga setiap pembelian produk asuransi mau tak mau lewat agen asuransi.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuad bahwa peranan agen dalam pengembangan bisnis yaitu mengembangkan pasar baru atau memperluas pasar terutama untuk wilayah yang belum menggunakan jasa asuransi dan agen juga berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada dengan berupaya untuk selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan layanan terbaiknya.⁴

2. Peran Agen Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Pruprime Healthcare* Syariah di PT Prudential Tulungagung

Kesuksesan dalam pekerjaan menjual seorang agen profesional sangat tergantung pada kepribadiannya, sebab kepribadian yang menyakinkan dapat menyebabkan orang lain percaya dan dapat menerima keberadaannya dengan sukarela atau senang hati. Agen yang profesional sukses bukan hanya terus-menerus sukses dalam menjual dan memperoleh keuntungan, tetapi juga senantiasa sukses mengatasi kekecewaan atas berbagai penolakan calon pembeli atau prospek nasabah.

³ M. Wahyu Prihantono, *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hal. 6

⁴ Fuad Ibnu Madya, *Peranan Agen dalam Pengembangan Bisnis Asuransi Syariah*, (Jakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), hal. 62

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai inisiator yaitu mereka para agen menjalankan perannya dengan membuat janji untuk melakukan suatu kunjungan tanpa ada perintah dari orang lain untuk mempromosikan produk jasa yang dijual dengan begitu akan mempermudah untuk memasarkan produk jasanya. Alasan agen sebagai inisiator supaya mereka memiliki tanggung jawab untuk meraih kesuksesan dalam PT Prudential *Life Assurance* Tulungagung.

Menurut teori Sugeng Widodo bahwa inisiator adalah orang yang berinisiatif melakukan segala sesuatu tanpa diminta atau diperintah orang lain. Berinisiatif dalam banyak hal, seperti mencari prospek, membuat janji, dan melakukan kunjungan.⁵

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai konektor yaitu agen sebelum berbicara jauh tentang produknya, para agen mengenalkan identitas pribadinya ke calon nasabah, seperti mereka agen yang memiliki lisensi, dengan begitu keberadaan agen tidak diragukan oleh masyarakat dan pasti masyarakat akan percaya. Dengan kepercayaan seorang nasabah akan mengambil polis dan akan menjalin hubungan jangka panjang.⁶ Alasan agen sebagai konektor yaitu supaya mereka di percaya oleh masyarakat luar dengan lisensi keagenannya yang resmi.

Menurut teori Sugeng Widodo, konektor adalah orang yang membangun hubungan jangka panjang dengan orang lain untuk menjalin kerjasama yang saling menguntungkan, khususnya dalam bentuk bisnis.⁷

⁵ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses Agen Asuransi*, (Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 54

⁶ lihat kembali wawancara dengan Bapak Agus Salim selaku AD

⁷ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses....*hal. 55

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai komunikator adalah agen harus memiliki keterampilan mengkomunikasikan produk dengan cara sosialisasi seperti *Group Selling*, *Canvassing* dan *Door to Door*. Alasan ini terjadi karena PT Prudential ingin mengenalkan produknya ke masyarakat umum yang belum mengenal produk-produk asuransi syariah.

Menurut teori Endang S Sari, 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.⁸

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai motivator adalah memotivasi seseorang untuk membeli produk *Pruprime Healthcare* Syariah dengan cara memahami karakter calon nasabah, setelah itu melakukan teknik mengajak, setelah itu memberikan gambaran agar calon nasabah dapat tertarik dengan sendirinya. Alasan ini terjadi karena para agen asuransi syariah ingin menggugah keinginan masyarakat untuk mendapatkan kepuasan sesuai kebutuhan dan keinginan nasabah.

Menurut teori Hermawan Aksan, 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 merupakan

⁸ Endang S. Sari, *Audience Research: Pengantar Studi Penelitian terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), hal. 24

solusi atas masalah yang dihadapi dan sesuai dengan kebutuhan atau keinginan prospek.⁹

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai edukator memiliki peran yang sangat dominan dalam meningkatkan penjualan produk *Pruprime Healthcare* Syariah, seperti memberikan penjelasan atau wawasan ke masyarakat yang belum mengerti sama sekali terkait asuransi syariah, memberikan bukti nyata berupa berita nyata seperti klaim yang diajukan benar-benar cair. Alasan ini terjadi karena dengan menjadi edukator produk asuransi syariah dapat dikenal oleh masyarakat umum serta membantu masyarakat mengenali masalah di keuangannya, serta memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan masalah yang sedang dihadapi.

Menurut teori Sugeng Widodo, peran agen sebagai 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.¹⁰

Dari hasil penelitian bahwa peran agen sebagai administrator yaitu membantu prospek dalam melengkapi data-data Surat Pengajuan Asuransi Jiwa (SPAJ), serta mendampingi nasabah saat mengajukan klaim, dan

⁹ Hermawan Aksan, *Ide Gila Marketing Tung Desem Waringin*, (Jakarta: Hikmah (PT Mizan Publika), 2008), hal. 1

¹⁰ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses....*hal. 55

peran agen saat penyerahan polis ke ahli waris yang berhak menerimanya. Alasan ini terjadi karena agen memiliki tanggungjawab dalam menjalankan setiap kebijakan dari perusahaan asuransi dengan nasabahnya tersebut.

Menurut teori Sugeng Widodo, peran agen sebagai administrator yaitu 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.¹¹

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Oktovina 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.¹²

3. Kendala Agen Asuransi Syariah dalam Meningkatkan Penjualan Produk *Pruprime Healthcare* Syariah di PT Prudential Tulungagung

Upaya meningkatkan penjualan produk *Pruprime Healthcare Syariah* di PT Prudential Tulungagung terhambat oleh kendala-kendala. Kendala yang dihadapi oleh PT Prudential Tulungagung dibagi menjadi

¹¹ Sugeng Widodo, *Mindset Sukses....* hal. 55

¹² 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

dua yaitu kendala internal dan kendala eksternal. Berdasarkan hasil penelitian terdapat kendala internal berupa agen-agen baru sulit membedakan letak perbedaan produk *Pruprime Healthcare Syariah* dan *Pruprime Healthcare* Konvensional dan agen kurang percaya diri dalam melakukan prospek penjualan produk *Pruprime Healthcare Syariah* dengan nasabah baru. Kendala ini terjadi karena terbatasnya agen yang profesional dalam mendampingi agen-agen baru. Kendala eksternal dari upaya meningkatkan penjualan produk *Pruprime Healthcare Syariah* adalah pemahaman masyarakat yang kurang akan pentingnya asuransi syariah dan sulitnya menyisir orang yang kuat ekonominya. Kendala ini terjadi karena kurangnya pengetahuan masyarakat umum tentang asuransi.

Menurut teori Abdullah Amrin bahwa 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.¹³

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizki 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

¹³ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi, 2007), hal 115

perasuransian, baik dari asuransi syariah maupun asuransi konvensional, lalu kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah.¹⁴

4. Solusi yang Diterapkan oleh Agen untuk Menarik Minat Nasabah untuk Membeli Produk *Pruprime Healthcare* Syariah di PT Prudential Tulungagung

Upaya meningkatkan penjualan produk *Pruprime Healthcare Syariah* di PT Prudential Tulungagung terhambat oleh kendala dan terdapat solusi yang diberikan oleh PT Prudential Tulungagung. Dari temuan dilapangan terdapat solusi dari kendala internal adalah melakukan training dan mendampingi agen baru saat melakuakn prospek. Solusi ini dipilih karena dinilai efektif dan terjangkau oleh para agen dalam mendapatkan ilmu baru dan kepercayaan diri.

Dari hasil temuan dilapangan terdapat solusi eksternal yaitu memberikan wawasan betapa pentingnya memiliki asuransi kesehatan dengan jujur dan menjalin silaturahmi yang baik dengan masyarakat. Solusi ini dipilih karena dinilai efektif dalam mengatasi kendala eksternal di PT Prudential *Life Assurance* Tulungagung.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Abdullah Amrin bahwa Agen asuransi syariah harus menyampaikan, menginformasikan, atau mempresentasikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan terbuka dan tidak ada yang disembunyikan.¹⁵

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi dan Maghfirotn bahwa agen asuransi untuk mendapatkan nasabah adalah

¹⁴Rizki Redhika, *Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan Asuransi Syariah di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol. 2 No.5.

¹⁵ Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran...*, hal. 114

dengan mempertahankan siklus perencanaan (*planning*), prospek (*prospecting*), pendekatan (*approaching*), pencarian fakta (*fact finding*), presentasi (*presentation*), menangani keberatan dan penutupan (*closing*).¹⁶

¹⁶ Edi Susilo, “Strategi Pemasaran Agen Asuransi Prulink Syariah di Kabupaten Jepara”, dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 2, Juli-Desember 2018.