

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan kontribusi bruto di industri asuransi syariah nasional diyakini masih mampu asuransi syariah nasional diyakini masih mampu bertumbuh hingga kisaran 20% sepanjang semester II/2016 dengan ditopang sektor asuransi umum syariah. Menurut Taufik Majuniadi, Plt. Ketua Umum Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI), menjelaskan asosiasi hingga saat ini baru memiliki data perkembangan per April 2016. Pada periode itu, pertumbuhan kontribusi bruto asuransi syariah mencapai 14,68%. Pertumbuhan ini di topang dari asuransi umum syariah sebesar 66,67% dan asuransi jiwa syariah 5,6%.¹ Adanya otonomi daerah yang semakin kuat, tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk-produk asuransi yang semakin meningkat, dan juga tentunya agama Islam yang dianut mayoritas penduduk Indonesia merupakan faktor pendukung penting dalam perkembangan asuransi syariah di Indonesia.²

Kesadaran berasuransi syariah ini tumbuh lebih dahulu di negara-negara lain, seperti pada dekade 1970-an. Pada 1979, Faisal Islamic Bank of Sudan memprakasai berdirinya perusahaan asuransi syariah Islamic Insurance Co. Ltd. di Arab Saudi. Lalu, keberhasilan ini diikuti dengan pendirian Dar-al-Mal al-Islami di Genewa, Swiss dan Tafakul Islami di Luxemburg, Tafakul Islam Bahamas di Bahamas dan al-Takaful al-Islami di Bahrain pada 1981. Kemudian, pada 1984 di Malaysia berdiri Syarikat Tafakul Malaysia Berhad yang sepuluh tahun kemudian (1994) diikuti dengan berdirinya Asuransi Takaful di Indonesia. PT. Syariat Takaful Indonesia kemudian mengembangkan

¹ <http://www.jasaraharja-putera.co.id/semester-ii2016-kontribusi-asuransi-syariah-masih-bisa-capai-20/> (Di akses Tanggal 28 Juli 2016).

² Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Mizan Pustaka, Bandung, 2006, hlm. 199.

dua anak perusahaan, yaitu PT Asuransi Takaful Keluarga (Asuransi Jiwa) dan PT Asuransi Takaful Umum (Asuransi Kerugian) menjawab kebutuhan masyarakat muslim.³

Faktor pendukung penting lainnya dalam perkembangan asuransi syariah adalah tenaga penjual. Kegiatan penciptaan permintaan akan produk dilakukan oleh tenaga penjual yang mencoba menggugah atau merayu para calon pembeli untuk membeli produknya. Usaha mencari dan menemukan si pembeli merupakan kegiatan yang dilakukan dalam penjualan.⁴

Dalam perusahaan asuransi yang menjadi tenaga penjual memberikan penjelasan langsung kepada konsumen adalah seorang agen. Agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Di mana agen sangat berperan terhadap penawaran produk baru pada perusahaan asuransi syariah saat ini di mana agen memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan financial baik individu maupun kelompok, baik kebutuhan kesehatan maupun yang berkaitan dengan harta benda. Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen agar sukses dan memuaskan, sangat dibutuhkan komitmen atau pekerjaan dengan senantiasa berlatih secara konsisten dan harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang asuransi.

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan yang diberikan dalam memasarkan suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan dalam pembelian/penjualan produk itu, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual, yang mencakup pelayanan dalam pengangkutan yang ditanggung oleh penjual.

³ Didin Hafidhuddin, et al. *Solusi Berasuransi*, Karya Kita, Bandung, 2009, hlm. 11.

⁴ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 23.

Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis seorang agen harus menjaga kepercayaan. Agenlah yang berperan dalam memberikan pelayanan dalam memasarkan produk asuransi syariah. Di mana seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan polis asuransi syariah dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, agen yang berkualitas mempunyai peranan penting di dalam perusahaan asuransi syariah, tanpa agen yang berkualitas dan produktif. Kegiatan dalam asuransi syariah tidak mungkin berjalan dengan baik. Kinerja agen merupakan akumulasi hasil yang diperoleh agen baik secara individu maupun dalam perusahaan. Memiliki kinerja yang unggul bila target yang diterapkan oleh perusahaan tercapai, misalnya jumlah produk yang terjual mengalami peningkatan.

Hubungan yang paling dekat dengan calon nasabah adalah agen asuransi. Karena naik tidaknya pendapatan perusahaan asuransi, tergantung pada peranan agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi.

Seorang agen juga harus proaktif dan dapat menciptakan peluang dalam produk asuransi syariah di perusahaannya. Tentunya bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan para agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah. Oleh karena itu perlu adanya pembinaan dalam mengasah pengetahuan untuk memperluas jaringannya.

Pada perusahaan jasa sudah jelas bahwa untuk memberikan kepuasan secara langsung kepada konsumen, diperlukan pelayanan paling baik dari seorang agen. Sebelum seorang agen terjun langsung ke masyarakat untuk menawarkan produknya, sebagai seorang agen harus mempunyai rencana terlebih dahulu, produk apa yang akan ditawarkan, melakukan survei terlebih dahulu. Semua produk yang dijual perasuransian di Indonesia hampir sama jenisnya yang membedakan adalah pelayanan dan cara kerja dari agen-agennya.

Apabila agen dapat memasarkan produk dengan baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar.

Salah satu perusahaan asuransi yang berawal hanya berbasis konvensional kemudian membuka cabang berbasis syariah yaitu PT Prudential di mana salah satu cabang Prudential Syariah berada di daerah Juwana Pati yakni kantor Pru ForceOne. Asuransi jiwa terbaik di Indonesia sejak tahun 2014. Pertumbuhan pendapatan yang dibukukan Prudential dari total perolehan premi adalah 17%, karena disebabkan pelayanan yang konsisten dan fokus untuk memenuhi kebutuhan perencanaan masyarakat Indonesia. PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) mengumumkan hasil kinerja bisnis dan keuangan di tahun 2014. Prudential melaporkan kinerja yang positif dengan mencatatkan pertumbuhan total pendapatan premi hampir 3 kali lipat pertumbuhan industri yang sebesar 6,8%. Pertumbuhan total 17% atau mencapai Rp. 26,18 triliun. Pertumbuhan yang solid tersebut didukung oleh strategi perusahaan dalam melakukan pengembangan produk dan pertumbuhan jumlah tenaga pemasar atau agen sebesar 20% dari tahun 2014. Prudential berkomitmen untuk menjangkau semakin banyak masyarakat dan membuka akses perlindungan asuransi melalui tenaga pemasar atau agen. Agen lah yang membantu nasabah memiliki perlindungan yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan serta kondisi keuangan mereka.⁵

Pada perusahaan jasa sudah jelas bahwa untuk memberikan kepuasan secara langsung kepada konsumen, diperlukan pelayanan paling baik dari seorang agen. Sebelum seorang agen terjun langsung ke masyarakat untuk menawarkan produknya, sebagai seorang agen harus mempunyai rencana terlebih dahulu, produk apa yang akan ditawarkan, melakukan survei terlebih dahulu. Semua produk yang dijual perasuransian di Indonesia hampir sama jenisnya yang

⁵ http://agenprudentialhandal.blogspot.co.id/2016_03_01_archive.html?m=1 (Di akses tanggal 01 Agustus 2016)

membedakan adalah pelayanan dan cara kerja dari agen-agensya. Apabila agen dapat memasarkan produk dengan baik maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Apabila seorang agen tidak memiliki kualitas yang baik maka akan berdampak buruk pada penjualan perusahaan ini akan berimbas pada perkembangan perusahaan itu sendiri. Namun akan banyak kendala yang akan ditemui agen dalam meningkatkan penjualan polis.

Di latar belakang penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti di kantor cabang Prudential Syariah yaitu Pru Forceone Juana Pati, Oleh karena itu penulis mengajukan judul **“Analisis Peranan Agen dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah di Pru Force One Kantor mandiri pemasaran Prudential Cabang Asuransi Syariah.”**

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman dan kesimpang siuran terhadap judul yang akan dibahas maka akan lebih jelas bila penulis memberikan batasan masing-masing istilah terhadap judul:

1. Analisis

Analisis adalah suatu pemeriksaan dan penafsiran mengenai hakekat dan makna sesuatu.⁶

2. Agen Asuransi

Menurut UU peransurashian No. 2 Tahun 1992 definisi dari agen asuransi adalah seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dana atas nama penanggung.⁷

⁶ Komaruddin, *Kamus Karya Tulis Ilmiah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2000, hlm. 15.

⁷ Undang-undang Republika Indonesia No.2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian.

3. Penjualan

Penjualan menurut KBBI (Kamus Besar Indonesia) adalah proses, perbuatan, cara menjual.⁸

4. Polis

a. Polis asuransi

Pengertian polis menurut pasal 255 KUHD perjanjian asuransi harus dibuat secara tertulis dalam bentuk akta yang disebut polis yang memuat kesepakatan, syarat-syarat khusus dan janji-janji khusus yang menjadi dasar pemenuhan hak dan kewajiban para pihak (penanggung dan tertanggung) dalam mencapai tujuan asuransi.⁹

5. Asuransi syariah

Asuransi syariah dalam pengertian mu'amalah adalah saling memikul resiko di antara sesama manusia sehingga antara satu dengan yang lain menjadi penanggung atas resiko yang lainnya, saling pikul resiko ini dilakukan atas dasar saling tolong-menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana yang ditukukan untuk menanggung resiko tersebut.¹⁰

C. Batasan Masalah

Penelitian ini meneliti mengenai tentang analisis peranan agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di Pru Forceone (Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Asuransi Syariah desa Juana Kota Pati). Adapun objek penelitian ini dibatasi pada peranan agen serta kendala agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah.

⁸ Tim Penyusun Kamus Pusbina, Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1989, hlm. 419.

⁹ Nurul Ihsan Hasan, *Pengantar Asuransi Syariah*, Referensi (Gaung Persada Press Group), Jakarta, Cet ke 1, 2014, hlm. 107-108.

¹⁰ Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, Bumi Aksara, Cet Ke 1, Jakarta, 1997, hlm. 99.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di Pru Force One Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati?
2. Bagaimana kendala agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di Pru Force One Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peran agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di Pru Force One Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati.
- b. Untuk mengetahui kendala agen dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah di Pru Force One Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu ekonomi khususnya mengenai peranan agen asuransi syariah.
 - 2) Dapat digunakan sebagai bahan dasar atau rujukan untuk penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan agen asuransi syariah.

b. Manfaat Praktis

Sebagai penentuan langkah kedepan tentang bagaimana cara meningkatkan keberhasilan lembaga keuangan asuransi

syariah (khususnya Pru Force One Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cabang Asuransi Syariah Desa Juana Kota Pati) atau untuk mengetahui hal apa saja yang perlu dibenahi dalam meningkatkan keberhasilannya.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi atau penelitian ini dimaksud untuk mendapatkan gambaran atau garis-garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berkaitan. Sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi yang akan penulis susun:

1. Bagian muka

Bagian muka ini terdiri dari : halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraks, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah yang menjelaskan tentang problem dan substansi masalah, batasan penelitian, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori tentang asuransi syariah, agen asuransi, penjualan dan polis asuransi syariah, disamping itu juga

mengemukakan tinjauan hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini akan mengulas kembali tentang jenis dan metode penelitian, pendekatan penelitian, alasan menggunakan pendekatan kualitatif, data penelitian, sumber data, teknik analisis.

BAB IV : Analisis Data

Bab ini berisi tentang gambaran umum kantor Pru Forceone (Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Asuransi Syariah), peranan agen, dan kendala agen dalam meningkatkan penjualan.

3. Bagian akhir

Bagian akhir terdiri dari : daftar pustaka, lampiran-lampiran dan penutup.

