

Peran Agen Dalam Menentukan Perencanaan Pemasaran Dan Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Asuransi Syariah

Al Tasya Fitrah, Nuri Aslami

Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia
altasya1811@gmail.com , nuriaslami@uinsu.ac.id

ABSTRACT

Insurance is one of the references to meet the needs and feelings of security in the face of uncertainties that may arise in people's lives and the risks that will be experienced by the company. Insurance is one of the financial facilities (financial) of domestic life, both in the face of the risk of death and in the face of property risk. In this case, the position of the insurance agent of an insurance company is very strategic, because through this agent the company can market or sell its products to prospective consumers. Agents are also very valuable business assets. An insurance agent is a person who works alone or works in a commercial organization, represents and acts on behalf of an insurance company or sharia insurance company, who is qualified to represent the company. One of the successes of Sharia insurance companies is in the field of marketing. In addition, the agent also plays a role in carrying out activities for the community by introducing financial plans and risk management in insurance and agents also play a role in selecting risk to the customer. customer, assess and measure the extent to which risks that may arise, and determine the best approach to deal with specified risk. Marketing in Islamic insurance requires the ability to recruit, encourage, develop and sell privately (direct communication between sellers and prospective customers and arousing customer interest in the product until the customer is interested in buying the product).

Keywords: *Insurance, Agent, Marketing Capabilitie, Insurance Customer.*

ABSTRAK

Asuransi merupakan salah satu acuan untuk memenuhi kebutuhan dan perasaan aman dalam menghadapi ketidakpastian yang mungkin timbul dalam kehidupan masyarakat serta risiko yang akan dialami oleh perusahaan. Asuransi merupakan salah satu sarana finansial (keuangan) kehidupan rumah tangga,

baik dalam menghadapi risiko kematian maupun dalam menghadapi risiko harta benda. Dalam hal ini, posisi agen asuransi dari suatu perusahaan asuransi sangat strategis, karena melalui agen ini perusahaan dapat memasarkan atau menjual produknya kepada calon konsumen. Agen juga merupakan aset bisnis yang sangat berharga. Agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada organisasi komersial, mewakili dan bertindak atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah, yang memenuhi syarat untuk mewakili perusahaan. Selain itu, agen juga berperan dalam melaksanakan kegiatan bagi masyarakat dengan memperkenalkan rencana keuangan dan manajemen risiko dalam asuransi dan agen juga berperan dalam menyeleksi risiko bagi nasabah. pelanggan, menilai dan mengukur sejauh mana risiko yang mungkin timbul, dan menentukan pendekatan terbaik untuk menangani risiko yang ditentukan. Salah satu keberhasilan perusahaan asuransi syariah adalah di bidang pemasaran. Pemasaran dalam asuransi syariah membutuhkan kemampuan untuk merekrut, mendorong, mengembangkan dan menjual secara pribadi (komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan dan membangkitkan minat pelanggan terhadap produk hingga pelanggan tertarik untuk membeli produk).

Kata kunci: Asuransi, Agen, Kemampuan Pemasaran, Nasabah Asuransi.

PENDAHULUAN

Dalam hukum Islam disebutkan bahwa asuransi adalah suatu transaksi yang disepakati antara dua pihak di mana salah satu pihak berkewajiban untuk membayar iuran dan pihak lain berkewajiban untuk memberikan jaminan yang memadai untuk pembayaran iuran. . sesuai dengan kesepakatan yang dicapai. Asuransi dalam Islam disebut dengan Takaful yang berarti saling menanggung resiko antar manusia, sehingga antara satu dengan orang lainnya menjadi penanggung atas resiko lainnya. Risiko bersama ini dilakukan atas dasar win-win, di mana masing-masing pihak menyisihkan dana yang ditentukan untuk menanggung risiko.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu dihadapkan pada kemungkinan terjadinya bencana alam, bencana yang dapat menimbulkan kerugian baik materil maupun immateriil. Setiap musibah dan malapetaka yang

menimpa manusia adalah qadha dan qadar yang telah ditetapkan oleh Allah SWT untuk setiap makhluknya, namun setiap manusia harus berusaha dan berusaha untuk mengambil tindakan pencegahan dan meminimalkan kemungkinan risiko yang terlibat. . Dasar hukum yang digunakan oleh perusahaan asuransi syariah di Indonesia adalah UU No. Februari 1992 sehubungan dengan kasus asuransi dan SK. Menteri Keuangan Republik Indonesia No.247/KMK.017/1995. Perusahaan asuransi syariah juga harus mematuhi fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat berkembang dengan cepat, tujuan tersebut akan tercapai apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan mencari pelanggannya (nasabahnya). Di perusahaan asuransi, penjual menawarkan wawancara konsumen satu lawan satu yang dilakukan oleh agen. Menurut Bapak Wahyu Prihartono, petugas merupakan tulang punggung keberhasilan pencapaian tujuan organisasi. Salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dan konsumen adalah layanan yang diberikan oleh agen sebagai bagian dari sumber daya manusia yang memasok produk langsung ke publik atau untuk konsumen. Sekompleks apapun teknologi dan ekonomi, akan sulit mencapai tanpa perwakilan. Menurut penulis, agen berperan penting dengan menyediakan produk yang ada di perusahaan asuransi syariah, dimana agen memberikan pelayanan dengan memberikan pelayanan perlindungan atas permintaan sumber daya keuangan individu dan kelompok, baik untuk kebutuhan kesehatan maupun harta benda. Seorang agen asuransi, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen untuk kesuksesan dan kepuasan, benar-benar perlu berkomitmen untuk bekerja sama dengan secara konsisten dan harus memiliki pengetahuan yang cukup tentang tentang asuransi. Saat berhadapan dengan calon pemegang polis, dibutuhkan agen untuk menjaga kepercayaan. Agen menyediakan layanan. Dan seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan dalam suatu organisasi, dan merupakan ujung tombak kesuksesan.

Salah satu peran terpenting untuk tingkat pemahaman klien adalah agen asuransi, karena pertumbuhan atau kemajuan bisnis tergantung pada keberhasilan agen di industri asuransi. Oleh karena itu, agen asuransi harus memahami dan memahami peran dan posisi, tugas dan tanggung jawab dalam perkembangan perusahaan asuransi. Pemasar adalah salah satu darifaktor keberhasilan dan menjaga citra publik dari perusahaan asuransi. Dalam bisnis,

seorang agen memiliki hak dan wewenang untuk melakukan penjualan dan promosi barang atau jasa milik perusahaan yang menjadi agennya. Secara umum, kekuasaan agen terletak terutama pada kekuasaan yang diberikan kepadanya oleh kontrak keagenan. Karena kewenangan yang dipegang oleh agen merupakan kriteria utama bagi untuk mendapatkan agen. Namun, kekuatannya untuk mempekerjakan perusahaan melampaui cakupan kontrak ini.

Di Indonesia, selama satu dekade terakhir, telah terjadi pertumbuhan yang menggembirakan dalam kepemilikan kebijakan karena didukung oleh tingkat kemajuan ekonomi dan pendapatan per kapita. Dengan semakin kuatnya pembangunan ekonomi suatu negara, maka kesadaran berasuransi juga akan meningkat. Akibatnya, jumlah perusahaan asuransi akan meningkat dan begitu pula kualitas tenaga penjualannya. Pelaku kegiatan ekonomi berperan penting dalam memfasilitasi fungsi dan mekanisme pasar. Oleh karena itu, Agen mengajarkan untuk selalu mengutamakan kepentingan terbaik pembeli. Menempatkan seni ke dalam penjualan adalah cara untuk mencapai tujuan dengan berdasarkan kebaikan, karena memenangkan target melalui kekerasan hanya akan mencapai hasil yang buruk.

Dari apa yang sudah kita lihat Untuk menjawab tantangan tersebut, tentunya dibutuhkan sumber daya manusia (pejabat) yang berkompeten dan berintegritas, agar tetap unggul dalam persaingan. Agen merupakan andalan dalam menciptakan pasar dan peluang yang ideal, sehingga dapat mengatasi berbagai persaingan yang ada. Menjadi sebuah bisnis yang dapat terus bertahan dalam persaingan yang semakin ketat merupakan dambaan setiap bisnis. Unsur kepercayaan konsumen dan profesionalisme yang dianut oleh perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada tujuan yang telah ditetapkan oleh manajemen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penyusunan penelitian ini dilakukan menurut metode hukum normatif. Penelitian hukum ini berjumlah penelitian yang mengambil dokumen dan data dari perpustakaan. Metode penelitian normatif juga dikenal sebagai studi menganalisis hukum yang benar yang ditulis dalam buku (hukum seperti ditulis dalam buku). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif, yang merupakan upaya untuk memberikan gambaran tentang bagaimana keseluruhan mata pelajaran yang dipelajari. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif.

Analisis kualitatif adalah penelitian deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (sudut pandang subjek) lebih terlihat dalam penelitian kualitatif. Penulisan makalah penelitian dengan metode analisis kualitatif dilakukan dengan menelaah dokumen-dokumen hukum dari buku-buku, internet, serta peraturan perundang-undangan, serta melakukan analisis. Saat ini, peneliti sedang menggali dan memahami sumber-sumber terkait peran agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi, sebagaimana disebutkan dalam studi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian asuransi dalam bahasa Arab disebut *attaka'min*, penanggung disebut *mu'ammin*, sedangkan tertanggung disebut *mu'amman lahu* atau *musta'min*. *Atta'min* diambil dari kata *amana* yang berarti perlindungan, kedamaian, keamanan dan kebebasan dari rasa takut. (Sula, 2004) Istilah lain untuk asuransi syariah adalah *takaful*. Makna *takaful* menurut Syekh Abu Zahra yang dikutip dalam kitab Muhammad Syakir Sula (2004), adalah bahwa setiap orang perseorangan suatu perusahaan berada di bawah jaminan atau tanggung jawab perusahaannya. Setiap orang memenuhi syarat untuk menjadi penjamin yang saleh dari semua potensi manusia dalam masyarakat yang cocok untuk pemeliharaan kebahagiaan individu.

Asuransi bagi masyarakat modern dianggap sebagai kebutuhan esensial untuk menjamin perlindungan diri dan harta benda dari bencana di masa depan. Polis asuransi modern pada umumnya memiliki kesinambungan historis dengan praktik pinjam meminjam yang dilakukan di Yunani kuno (Muhammad, 2007). Semua asuransi, baik di zaman Yunani kuno maupun saat ini, pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu memberikan perlindungan terhadap segala macam risiko yang mungkin timbul di kemudian hari bagi manusia. Sebagian orang melakukan kegiatan asuransi dengan tujuan mengalihkan beban kerugian yang mungkin timbul kepada pihak lain yang bersedia menanggung risiko.

Minat konsumen didefinisikan sebagai impuls yang timbul dalam diri seseorang pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka dan minat adalah pelanggan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai

kecenderungan pribadi untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi pelanggan dalam asuransi syariah adalah efektif dilaksanakan.

1. Minat, yang ditunjukkan oleh area fokus dan kepuasan pelanggan pada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan asuransi.
2. Keyakinan, yang ditunjukkan dengan adanya individu yang percaya diri dalam kualitas, kemudahan penggunaan dan profitabilitas perusahaan asuransi syariah.
3. Kredibilitas, ditunjukkan oleh kepercayaan pada perusahaan asuransi, sehingga pelanggan juga merujuk perusahaan asuransi kepada orang lain.
4. Keinginan, diwakili oleh adanya ingin memiliki produk yang dikonfirmasi dengan keunggulan produk.

Menurut Undang-Undang Perasuransian No. 40 2014, agen asuransi adalah mereka yang bekerja sendiri atau untuk badan komersial, yang mewakili perusahaan asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dan memenuhi persyaratan sebagai berikut: syarat untuk mewakili Perusahaan Asuransi Syariah dalam pemasaran produk asuransi atau produk asuransi syariah (UU No. 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian).

Fungsi seorang agen adalah menjalankan kegiatannya dengan tugas dan tanggung jawab, yaitu: (Ketut Sendra, 2002)

1) Tugas agen

Agen perusahaan asuransi bertanggung jawab untuk menjual produk sekaligus. Dalam hal ini, kita dapat menyimpulkan bahwa tugas agen adalah:

- a. Menjelaskan pentingnya asuransi bagi masyarakat.
- b. Jelaskan apa, siapa dan bagaimana dari perusahaan asuransi tersebut.
- c. Memperoleh sebanyak mungkin calon pemegang polis atau nasabah.
- d. Dapat dipercaya, baik oleh dunia usaha maupun masyarakat.
- e. Menjaga nama baik perusahaan asuransi tempat mereka bekerja.

2) Kewajiban Agen

Berdasarkan tugas agen, agen harus mengikuti dan melaksanakan kewajibannya, jika ingin kegiatannya efektif. Untuk kewajiban agen, yaitu:

- a. Agen perlu mengetahui kebutuhan calon tertanggung untuk menjual produk yang ditawarkan untuk dijual.
- b. Pembayaran segera dan setoran premi asuransi pertama telah berhasil ditagih pada satu hari kerja.
- c. Memberikan pelayanan yang baik kepada tertanggung di kemudian hari tanpa melanggar kode etik agen asuransi.

3) Tanggung Jawab Agen

Menurut tugas yang dilakukan oleh agen, tugas agen adalah:

- a. Mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
- b. Berproduksi dengan cara yang sehat.
- c. Bonus deposit dan bonus tindak lanjut sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Dilihat dari pengertian pasal di atas, agen asuransi adalah orang perseorangan yang bekerja dalam pemasaran produk asuransi untuk dan atas nama perusahaan asuransi. Artinya Penanggung mengizinkan agen untuk bertindak dan agen tidak boleh melebihi batas kekuasaan yang diberikan oleh perusahaan.

Hubungan agen dengan perusahaan asuransi dipertahankan dalam pengaturan yang dikenal sebagai "Perjanjian Agen", kontrak agen yang dapat berbentuk standar atau perjanjian standar yang dikeluarkan oleh Departemen Asuransi dan ditandatangani oleh perusahaan asuransi mengandung otoritas agen tidak dapat melebihi cakupan asuransi perusahaan, di mana agen tidak setuju dan hanya menerima apa yang telah diidentifikasi oleh perusahaan asuransi. Eksekutif muda, berbakat, energik dan ingin maju dalam karir yang sukses dalam penjualan senang dengan posisi ini agen asuransi dan sangat menghargainya, memiliki potensi untuk menjadi agen profesional serta apa yang dibutuhkan oleh perusahaan asuransi.

Definisi agen profesional adalah seseorang yang memahami dengan jelas apa yang diinginkan oleh pembeli produk potensial dan pembeli potensial serta seseorang dengan pelatihan penjualan sehingga ia dapat memastikan bahwa orang ini akan selalu melakukan penjualan. Produk asuransi ditawarkan. Banyak orang telah salah memahami tugas dasar seorang agen asuransi. Banyak orang beranggapan bahwa tugas agen adalah menjual atau mendorong orang untuk membeli. Ini bukan tugas utama agen asuransi, tetapi sebenarnya adalah tugas utama agen, seperti menemukan, menyelidiki, dan mengidentifikasi potensi masalah dengan pelanggan potensial. Terlepas dari semua kerumitan teknologi saat ini, pelanggan masih ingin melihat dan merasakan produk yang ingin mereka gunakan.

Memindai melalui situs web atau aplikasi tidak selalu merupakan pengganti yang efektif untuk untuk menafsirkan informasi produk asuransi yang berbeda, ini sangat rumit. Produk asuransi masih produk yang dianggap kompleks. Fakta ini membuat posisi agen asuransi masih dibutuhkan. Calon nasabah dapat mencari produk asuransi yang tepat secara online. Namun, tidak segera memutuskan untuk membeli produk. Agen asuransi memberikan informasi mengenai produk kepada calon pelanggannya.

Teknologi mungkin maju, tetapi tidak ada chatbot yang dapat merespons dengan jelas dan sabar seperti agen asuransi. Agen ini menerima informasi yang lengkap dapat memberikan informasi kepada calon nasabah untuk mendapatkan produk asuransi yang sesuai dan disesuaikan dengan kebutuhan dari calon nasabah. Seorang agen tidak hanya menjual produk asuransi tetapi juga memberikan nasihat dan bimbingan keuangan kepada calon pelanggan. Agen profesional harus mampu mengembangkan program perlindungan yang tepat berdasarkan kebutuhan klien potensial.

Dengan demikian, meskipun di era digital ini sudah banyak perusahaan asuransi yang sudah menggunakan digitalisasi melalui website atau melalui aplikasi mobile, akan menjadi namun peran agen tetap sangat penting bagi kelangsungan asuransi. perusahaan. Agen berperan penting dalam membujuk nasabah dan calon nasabah untuk membeli produk asuransi yang ditawarkan, agen juga berperan sebagai orang kepercayaan bagi nasabah atau calon nasabah untuk mengidentifikasi menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah atau calon nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan

produk asuransi yang mereka beli dan pilih, dan akan mempertahankan pelanggan dengan perusahaan asuransi yang mereka pilih. Pelanggan yang puas atau lead akan membuat perusahaan asuransi lebih maju dan memiliki lebih banyak pelanggan. Sehingga meskipun asuransi telah memutuskan untuk menggunakan digitalisasi, peran agen tidak terlepas dari asuransi, bahkan agen akan banyak diminati dan dibutuhkan oleh perusahaan asuransi, terutama jika agen memiliki kapasitas dan keahlian. Di sektor teknologi, pasti akan semakin banyak dicari oleh perusahaan asuransi.

KESIMPULAN

Minat konsumen didefinisikan sebagai impuls yang timbul dalam diri seseorang pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka dan minat adalah pelanggan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan pribadi untuk bertindak sebelum keputusan untuk menjadi pelanggan dalam asuransi syariah adalah efektif dilaksanakan.

Minat, yang ditunjukkan oleh area fokus dan kepuasan pelanggan pada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan asuransi.

Dilihat dari pengertian pasal di atas, agen asuransi adalah orang perseorangan yang bekerja dalam pemasaran produk asuransi untuk dan atas nama perusahaan asuransi.

Hubungan agen dengan perusahaan asuransi dipertahankan dalam pengaturan yang dikenal sebagai "Perjanjian Agen", kontrak agen yang dapat berbentuk standar atau perjanjian standar yang dikeluarkan oleh Departemen Asuransi dan ditandatangani oleh perusahaan asuransi mengandung otoritas agen tidak dapat melebihi cakupan asuransi perusahaan, di mana agen tidak setuju dan hanya menerima apa yang telah diidentifikasi oleh perusahaan asuransi.

Eksekutif muda, berbakat, energik dan ingin maju dalam karir yang sukses dalam penjualan senang dengan posisi ini agen asuransi dan sangat menghargainya, memiliki potensi untuk menjadi agen profesional serta apa yang dibutuhkan oleh perusahaan asuransi.

Definisi agen profesional adalah seseorang yang memahami dengan jelas apa yang diinginkan oleh pembeli produk potensial dan pembeli potensial serta

seseorang dengan pelatihan penjualan sehingga ia dapat memastikan bahwa orang ini akan selalu melakukan penjualan.

Agen ini menerima informasi yang lengkap dapat memberikan informasi kepada calon nasabah untuk mendapatkan produk asuransi yang sesuai dan disesuaikan dengan kebutuhan dari calon nasabah.

Agen berperan penting dalam membujuk nasabah dan calon nasabah untuk membeli produk asuransi yang ditawarkan, agen juga berperan sebagai orang kepercayaan bagi nasabah atau calon nasabah untuk mengidentifikasi menentukan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah atau calon nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan produk asuransi yang mereka beli dan pilih, dan akan mempertahankan pelanggan dengan perusahaan asuransi yang mereka pilih.

Sehingga meskipun asuransi telah memutuskan untuk menggunakan digitalisasi, peran agen tidak terlepas dari asuransi, bahkan agen akan banyak diminati dan dibutuhkan oleh perusahaan asuransi, terutama jika agen memiliki kapasitas dan keahlian.

DAFTAR PUSTAKA

Hasyim Ali A, Pengantar Asuransi, Cet. Ke-2, Bumi Aksara, Jakarta, 1995.

Soerono Surjono, Penuntun Keagenan Asuransi Jiwa, Edisi Ke IV, Dewan Asuransi Indonesia, Jakarta, 1998.

Muhammad Amin Suma, Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional : Teori, Sistem Aplikasi dan Pemasaran, (Jakarta: Kholam Publishing, 2006)

Suekanto, Suatu Pengantar (Jakarta: Raja Persada, 2002).

Amrin Abdullah, Strategi Menjual Asuransi Syariah (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017).

Djauhar et. al, Strategi Meningkatkan Penjualan Asuransi Jiwa, (Semarang: Jurnal pada STIE BPD Jateng, 2010)

Mohammad Muslchuddin, Asuransi dalam Islam, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995)

Ketut Sandra, Panduan Sukses Menjual Asuransi, (Jakarta: PPM, 2002)

Rizky Zayusman, "Pengaruh Pemahaman Dan Peran Agen Terhadap Minat Nasabah Memilih Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh, "Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, 2 (November 2019).

Abdi Triyanto, "Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah , " Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 1 (April 2017).

M. Fauzan, "PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH ASURANSI SYARIAH DI PT ASURANSI JIWA SYARIAH BUMIPUTERA KANTOR PEMASARAN ASURANSI PEMATANGSIANTAR", Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2020.