

**PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
Studi pada (PT) Perseroan Terbatas Asuransi Allianz Agency Palu**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palu*

Oleh

AHMAD U. ARAS
NIM. 14.3.12.0097

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU**

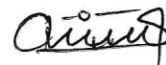
2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Syariah (studi pada PT Asuransi Allianz Agency Palu)”** benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, plagiat atau di buat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 14 Agustus 2018

Penulis,



Ahmad U. Aras
NIM: 13.3.12.0097

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Ahmad U. Aras
NIM : 14.3.12.0097
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Jurusan Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Syariah Studi pada (PT) Asuransi Allianz Agency Palu

**Telah dipertahankan didepan
Tim Penguji Skripsi pada tanggal 5 Agustus 2018
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Pembimbing I



Dr. Marzuki, M.H.
NIP. 19700720 199903 1 003

Pembimbing II



Irham Pakkayaru, SE, MSA, AK, CA.
NIP. 19780505 201503 1 001

**Mengetahui
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam,
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu**





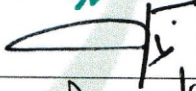


Dr. H. Hilal Mafarangan, M.H.I.
NIP.19650505 199903 1 002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudara AHMAD U. ARAS, NIM: 14.3.12.0097 dengan judul “Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Syariah Studi pada (PT) Asuransi Allianz Agency Palu)” yang telah diuji dihadapan dewan penguji Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 14 Agustus 2018 M, yang bertepatan dengan tanggal 1 Dzulhijjah 1439 H, dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 14 Agustus 2018 M.
3 Dzulhijjah 1439 H.

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Tim Penguji	Dr. Malkan, M.Ag.	
Penguji Utama I	Dr. Muchlis Nadjamuddin, M.Ag.	
Penguji Utama II	Syaakir Sofyan, S.E.I, M.E.I.	
Pembimbing I	Dr. Marzuki. M.H.	
Pembimbing II	Irham Pakkawaru, S.E. M.Ak.	

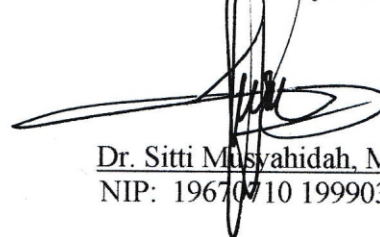
Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan
Ekonomi Islam



Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I.
NIP.19650505 199903 1 002

Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah



Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I.
NIP: 19670710 199903 2 005

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَيَّ أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah swt karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis diberikan kekuatan, kesehatan serta telah melimpahkan hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) dengan baik, meskipun banyak halangan.

Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada baginda Rasulullah saw, keluarganya, para sahabat-sahabatnya hingga akhir zaman, amin.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak terkait yang telah banyak memberikan motivasi serta kritikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda Udin Aras dan Ibunda Masna Y. Butikani tercinta yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, senantiasa sabar mengajari arti kehidupan demi masa depan penulis, selalu membimbing dengan kasih sayangnya memberikan harapan dan doa serta dukungan yang selalu menjadi inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi, M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu beserta segenap unsur pimpinan IAIN Palu yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menimba ilmu di IAIN Palu.
3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu yang telah mendorong dan memberikan kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal.
4. Bapak Dr. Gani Jumat, S.Ag M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan.
5. Bapak Drs. Sapruddin, M.H.I selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan.
6. Ibu Dr. Ermawati, M.Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
7. Ibu Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu dan Bapak Nur Syamsu, S.E.I. Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Palu, yang telah membantu penulis dalam proses administrasi sehingga penulisan skripsi ini berjalan lancar serta telah banyak memberikan arahan sejak proses penulisan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Marzuki, M.H., selaku pembimbing I, dan Bapak Irham Pakkawaru, SE., MSA., AK.,CA, selaku pembimbing II yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis sampai penulisan skripsi ini selesai.
9. Seluruh pengajar dalam lingkungan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu khususnya Bapak dan Ibu Dosen, yang dengan setia, tulus dan

ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah

10. Kepala Perpustakaan Bapak Abu Bakri, S.Sos.M.M, dan seluruh staf perpustakaan IAIN Palu, yang dengan tulus memberikan pelayanan dalam mencari referensi sebagai bahan skripsi sehingga menjadi sebuah karya ilmiah.
11. Bapak Ivan Satriadi Arthawijaya selaku Pimpinan PT. Asuransi Allianz Agency Palu beserta jajarannya yang telah banyak membantu dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Fakultas Syariah dan ekonomi Islam angkatan 2014 yang turut membantu menyumbangkan pikiran serta kritikan yang sifatnya membangun guna selesainya skripsi ini.
13. Terima kasih kepada saudara-saudara penulis yang tercinta yang dengan ikhlas memberikan dorongan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini jauh dari sempurna, oleh karenanya penulis dengan lapang dada berkenan menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Kepada semua pihak, penulis senantiasa mendoakan semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan yang tak terhingga dari Allah swt, *Amin*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PEGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
D. Penegasan Istilah.....	7
E. Garis-Garis Besar Isi	9
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	10
B. Gambaran Umum Tentang Asuransi Syariah dan Konvensional	12
C. Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional	22
D. Strategi Pemasaran.....	23
E. Tinjauan Umum Agen Asuransi	25
F. Perspektif ekonomi Syariah	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Data Dan Sumber Data	39
D. Teknik Pengumpulan data	40
E. Teknik Analisis Data	41
F. Pengecekan Keabsahan Data	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

- A. Gambaran Umum PT. Asuransi Allianz Agency Palu42
- B. Peranan Agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu Dalam Meningkatkan nasabah51
- C. Prespektif Ekonomi Syariah Tentang Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Asuransi Allianz Agency Palu57

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan64
- B. Saran65

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN****DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembaran Pengajuan Judul Proposal Penelitian
2. Surat Penunjukan dosen Pembimbing Skripsi
3. Surat Izin Penelitian Untuk Menyusun Skripsi
4. Surat Keterangan Penelitian
5. Pedoman Wawancara
6. Daftar Informan
7. Dokumentasi Penelitian
8. Biodata Penulis

ABSTRAK

Nama : AHMAD U. ARAS
NIM : 14.3.12.0097
Judul Skripsi : PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Pada (PT) Perseroan Terbatas Asuransi Allianz Agency Palu)

Skripsi ini berjudul “Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Islam Studi pada (PT) Perseroan Terbatas Asuransi Allianz Agency Palu; dengan rumusan masalah sebagai berikut : (1) bagaimana peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah; (2) bagaimana perspektif ekonomi syariah mengenai peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan induktif, adapun teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan verifikasi data dilanjutkan dengan pengecekan keabsahan data.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa peranan agen yg dilakukan PT. Asuransi Allianz Agency Palu adalah dengan melakukan tujuh usaha dalam meningkatkan nasabah: (1) kunjungan langsung; (2) Prospekting; (3) Pendekatan Langsung; (4) Pencarian fakta; (5) Presentasi Program; (6) Penyerahaan Polis; (7) Penutupan (closing). Proses pemasaran tersebut tidak luput dari kerja keras para agen pemasaran. Dilihat dari proses pemasaran yang dilakukan oleh agen PT. Asuransi Allianz sesuai dengan prinsip Islam, namun dalam pandangan ekonomi Islam para agen dalam melakukan pemasaran agen meningkatkan nasabahnya mereka hanya mengejar fee dan tidak mensyariatkan nasabahnya.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa peranan agen dalam meningkatkan nasabah, seorang agen berperan memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi secara langsung. Selain itu agen berperan dalam melakukan kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi. Langkah yang dapat dilakukan agen dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat, diantaranya mengadakan pelatihan, sosialisasi, trening dan seminar, sehingga dengan sendirinya masyarakat mempunyai kesadaran akan pentingnya berasuransi. Seorang agen juga berperan menyeleksi resiko atas diri peserta dengan cara mengidentifikasi kemungkinan terjadinya resiko yang dihadapi peserta asuransi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan setiap orang pasti akan menyadari bahwa ia akan mengalami yang namanya sakit dan meninggal, tetapi sakit dan meninggal orang tidak akan mengetahuinya kapan itu akan terjadi. Kebutuhan dasar akan jaminan finansial merupakan hal umum yang terjadi di masyarakat khususnya dalam setiap diri seseorang. Namun kebutuhan tersebut berbeda untuk setiap orang dan kebutuhan akan finansial seseorang cenderung berbeda dan berubah setiap waktu.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap asuransi tidak serta merta berbanding lurus dengan pengetahuan masyarakat tentang asuransi. Tidak dapat dipungkiri, asuransi di mata masyarakat dicitrakan negatif. Alasannya takut ditipu karena klaimnya tidak dibayar. Salah satu kekecewaan peserta yang paling sering terjadi adalah dikarenakan nasabah tidak mendapatkan pemahaman yang cukup tentang asuransi, sehingga tidak dapat membuat pertimbangan yang wajib sebelum memutuskan membeli polis asuransi.

Nasabah asuransi wajib mempelajari hal-hal yang dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan. Adapun kendala yang dihadapi adalah kurangnya sosialisasi kepada masyarakat tentang keberadaan asuransi konvensional maupun syariah, sehingga kurangnya perhatian masyarakat tentang arti pentingnya berasuransi. Kebutuhan masyarakat yang semakin beragam untuk menjadi nasabah asuransi menyebabkan semakin beragam pula program yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Hal ini merupakan alasan besarnya potensi pasar

asuransi yang akan ditawarkan kepada masyarakat. Munculnya beragam program asuransi menyebabkan perusahaan yang bergerak di bidang asuransi bersaing secara ketat. Peningkatan pelayanan seorang agen adalah strategi yang dilakukan perusahaan asuransi untuk mampu meningkatkan Pelayanan kepada peserta asuransi dalam pengajuan klaim, sangat berpengaruh terhadap citra perusahaan asuransi di mata peserta asuransi.

Kebutuhan akan jasa perasuransian semakin di rasakan, baik individu maupun perseorangan. Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan, resiko kematian ataupun resiko atas harta benda yang di miliki.¹ Demikian pula pada keselamatan hidup seseorang dalam aktivitas dan kegiatannya yang dihadapkan oleh berbagai resiko yang mungkin dapat mengganggu kehidupan jiwa tertanggung. Pada umumnya setiap perusahaan asuransi mempunyai tujuan untuk dapat berkembang pesat, tujuan tersebut akan dapat tercapai apabila perusahaan sudah mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualannya.

Perkembangan New Vision di Kota Palu, tepatnya pada tanggal 17 Agustus 2016 New Vision agency Kota Palu Sulawesi Tengah berdiri. Dalam perkembangan New Vision Palu berkomitmen untuk menjalankan Visinya yaitu mewujudkan masyarakat Sulawesi Tengah Khususnya Kota Palu yang mapan finansial dan sampai saat ini di tahun 2017 menjelang tahun 2018 nasabah Allianz New Vision Palu sekitar 2000 tetanggung.

Allianz merupakan perusahaan asuransi yang berpusat di Jerman. Allianz berdiri di Palu pada tanggal 17 Agustus 2016, akan tetapi sudah beroperasi

¹Sri Rezeki Hartono, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), 3

semenjak bulan November 2015. Sebelum beralih ke Allianz dahulunya perusahaan ini merupakan asuransi Prudential, yang kemudian karena adanya beberapa pertimbangan akhirnya memutuskan untuk beralih ke Allianz Life. Allianz agency palu yang nama agencynya yakni Allianz Fushion didirikan oleh Ibu Angel yang bertempat di Rukan D'Vatulemo Jln. Moh. Yamin No.7. Allianz ini hanya merupakan kantor agency, untuk wilayah Indonesia bagian timur kantor cabang Allianz dari pusat hanya ada di Makassar.

Jumlah nasabah Allianz di kota Palu semenjak beroperasi sampai dengan sekarang yakni berjumlah \pm 120 nasabah. Jumlah agen asuransi allianz di kota Palu yang terdaftar pada tahun 2018 yaitu \pm 61 orang yang telah bersertifikasi, jumlah itu begitu kecil dibandingkan dengan potensi pasar yang tersedia, Keterbatasan sumber daya manusia yang terjadi berujung pada kekecewaan konsumen.²

Untuk menghindari kekecewaan, salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan asuransi dengan konsumen adalah pelayanan yang dilakukan oleh agen selaku yang menyampaikan program secara langsung pada masyarakat atau konsumen. Betapa sempurnanya tekhnologi tanpa adanya bagian keagenan sulit kiranya tercapainya suatu organisasi.

Dalam perusahaan asuransi yang menjadi tenaga penjual untuk melakukan wawancara langsung kepada konsumen dilakukan seorang agen. Menurut M. Wahyu Prihartono, agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan organisasi.³ Dimana agen sangatlah berperan terhadap penawaran program baru

²Data Terbaru (PT. Asuransi Allianz Agency Palu), Palu 04 Juli 2018

³M.Wahyu Prihartono, *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*, (Yogyakarta: Kanisus, 2001), 6

pada konsumen, dimana agen memberikan pelayanan dan menawarkan jasa perlindungan terhadap individu maupun kelompok, baik kebutuhan kesehatan, kematian maupun yang berkaitan dengan harta benda.

Seorang agen asuransi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen harus memuaskan dan sangatlah dibutuhkan komitmen atas pekerjaan, dengan senantiasa berlatih secara konsisten dan harus memiliki ilmu pengetahuan yang lebih tentang asuransi. Berhubungan dengan calon pemegang polis, seorang agen dituntut harus mampu menjaga kepercayaan. Agen yang berperan dalam memberikan pelayanan dengan membawa visi dan misi dalam memasarkan asuransi terhadap masyarakat. Dimana seorang agen sangat mempengaruhi tingkat penjualan dalam suatu organisasi, dan juga merupakan ujung tombak pencapaian suatu keberhasilan. Seorang agen harus sering berhubungan langsung dengan nasabah untuk dapat memasarkan dan menawarkan program tersebut kepada masyarakat.

Sistem keagenan timbul karena jasanya dibutuhkan untuk menyalurkan program perusahaan asuransi secara efisien. Hal itu dapat dilihat dengan membandingkan masalah yang dihadapi oleh konsumen dalam membeli program asuransi. Salah satu hubungan yang paling dekat dengan calon nasabah adalah agen. Karena naik dan tidaknya pendapatan perusahaan asuransi, tergantung pada agen dalam menjual program asuransi. Sebagai seorang agen asuransi, kegiatan yang wajib dilakukan setiap harinya adalah mencari nasabah. Untuk mendapatkan calon nasabah, seorang agen dituntut untuk melakukan kegiatan pemasaran. Tidak dipungkiri bahwa pekerjaan seorang agen asuransi jiwa setiap harinya harus berkeliling mencari nasabah. Beruntung sekali jika agen ini memiliki jaringan luas, baik jaringan keluarga maupun pertemanan, namun jika seorang agen tidak

memiliki jaringan yang luas, maka hal tersebut akan menjadi kendala tersendiri. Oleh karena itu agen harus bisa menciptakan strategi pemasarannya sendiri.

Dalam perspektif ekonomi syariah sendiri ada beberapa modal dasar sikap yang harus dimiliki seorang pemasar syariah yang tercermin sikap profesionalisme dalam perannya sebagai penjualan program syariah, modal dasar sikap itu terdiri dari bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis dan tidak mudah putus asa, jujur, dapat dipercaya, sabar serta tidak panik ketika mengalami kegagalan.⁴ Seorang agen juga harus proaktif, memiliki wawasan dan pengetahuan agar dapat menciptakan peluang dalam memasarkan program asuransi. Tentu saja bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan seorang agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi. Oleh karena itu perlu adanya pembinaan dalam mengasah pengetahuan untuk memperluas jaringannya, yang semua itu bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah asuransi.

B. Rumusan Masalah.

Untuk memudahkan penyusunan, penulis hanya membatasi masalah pada Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu). Maka kemudian penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah?
2. Bagaimana perspektif ekonomi syariah mengenai peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah?

⁴Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007),

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengkaji hal-hal yang berkaitan dengan agen meningkatkan jumlah nasabah dalam perspektif ekonomi syariah pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu dengan tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- b. Untuk mengetahui perspektif ekonomi syariah mengenai peranan agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis sendiri manfaat yang dirasakan dari penelitian ini menambah pengetahuan dan wawasan di bidang asuransi syariah mengenai peranan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah perspektif ekonomi syariah pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu, dan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program strata satu, untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Syariah.
- b. Bagi Pihak Asuransi Allianz Agency Palu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi PT. Asuransi Allianz Agency Palu untuk kemajuan di masa mendatang.
- c. Bagi Pihak Kampus IAIN Palu, penelitian ini dapat menambah referensi perpustakaan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan mengenai peranan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah, khususnya dalam perspektif ekonomi syariah.

D. Penegasan Istilah

Skripsi ini berjudul Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Perspektif Ekonomi Syariah (Studi pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu). Agar tidak terjadi penafsiran berbeda-beda (*miss interpretation*) atau salah pemahaman (*miss understanding*) terhadap makna judul skripsi ini, maka penulis memberikan pengertian kata-kata yang terdapat pada judul tersebut sebagai berikut :

1. Peranan adalah serangkaian perilaku yang diharapkan pada seseorang sesuai dengan posisi sosial yang diberikan baik secara formal maupun secara informal. Peran didasarkan pada preskripsi (ketentuan) dan harapan peran yang menerangkan apa yang individu-individu lakukan dal suatu situasi tertentu agar dapat memenuhi harapan-harapan mereka sendiri atau harapan orang lain menyangkut peran-peran tersebut.⁵
2. Agen adalah adalah seseorang atau badan usaha yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi dalam menawarkan produk atau menjual produk asuransi.⁶
3. Nasabah adalah seseorang atau badan usaha (korporasi) yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman dan melakukan transaksi simpan pinjam pada bank.⁷
4. Ekonomi syariah adalah ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang diatur berdasarkan aturan agama Islam sesuai dengan Al-Quran dan Hadist.⁸

⁵Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 420

⁶Syafri Ayat, *Kamus Asuransi* (Jakarta: Erlangga, 1996), Cet. 1. 16

⁷<http://politeknik.pajajaran.ac.id/bank-dan-nasabah>, diakses tgl 03 Juli 2018

⁸Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2008), 69

E. Garis-Garis Besar Isi Skripsi

Skripsi ini membahas tentang peranan agen di PT. Asuransi Allianz agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah perspektif ekonomi syariah. Secara garis besar penelitian dan penulisan karya ilmiah ini dibagi dalam lima bagian, yang mana setiap bagian dibagi kedalam beberapa sub bab.

Bab pertama sebagai bab pendahuluan menguraikan beberapa hal yakni tentang latar belakang, beberapa hal yang mendasari dan melatar belakangi penulis untuk mengkaji masalah tersebut, selanjutnya rumusan masalah adalah dasar-dasar yang menjadi titik fokus dalam melaksanakan penelitian yang di maksud agar dalam pembahasan nantinya tidak keluar dari pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah untuk menjelaskan dengan tegas judul penelitian agar tidak terjadi kesalahan interpretasi terhadap pembahasan, dan garis-garis besar isi skripsi.

Bab kedua adalah kajian teori membahas tentang relevansi dengan penelitian sebelumnya, serta pembahasan umum mengenai gambaran umum tentang asuransi syariah dan konvensional, perbedaan asuransi syariah dan konvensional, strategi pemasaran, tinjauan umum tentang agen asuransi.

Bab ketiga adalah membahas Tentang metode penelitian yang digunakan, yaitu menggunakan penelitian kualitatif, baik itu melewati pendekatan dengan mengambil beberapa sumber data yang diperoleh, rancangan penelitian dengan menggunakan berbagai teknik dalam menghasilkan data yang akurat, kemudian lokasi penelitian, kehadiran peneliti, dilanjutkan sumber data dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil atau kegunaan yang didapatkan dan diakhiri dengan pengecekan keabsahan data.

Bab keempat, hasil penelitian merupakan inti dari pembahasan skripsi ini dengan mengkaji hasil penelitian dilapangan dengan mengemukakan gambaran umum atau profil PT. Asuransi Allianz agency Palu, peranan agen Asuransi Allianz agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah, pandangan perspektif ekonomi syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah PT. Asuransi Allianz Agency Palu

Bab kelima, merupakan penutup yang mengemukakan kesimpulan hasil penelitian serta saran yang dapat memberikan kontribusi bagi kesempurnaan karya ilmiah ini. Kemudian dilanjutkan dengan daftar pustaka dan melampirkan beberapa hal yang dianggap penting sebagai bukti kebenaran dari hasil penelitian penulis.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dalam beberapa sumber perpustakaan yang ditelaah, penelitian ini lebih banyak membahas tentang beberapa jurnal-jurnal dan artikel-artikel. Sehingga penulis memaparkan beberapa penelitian tersebut, agar dapat membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya sekaligus membandingkan yang mana mengarah pada pengembangan penelitian. Di antaranya sebagai berikut :

1. Penelitian yang di lakukan oleh saudara Leonardo I.P Salim angkatan 2012 Mahasiswa Strata satu (S1) Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Prudential Assurance Account Unit Link pada PT. Prudential Life Assurance area Makassar)”¹. Titik berat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *PAA Unit Link*. Dan untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, pembelian konsumen dalam memilih produk *PAA Unit Link*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh saudara Leonardo I.P Salim dimana mengambil judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Asuransi (Studi Kasus Produk Prudential Assurance Account Unit Link pada PT. Prudential Life Assurance area

¹ Leonardo I.P Salim, *Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*, 2012

Makassar)”. Titik berat dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih produk *PAA Unit Link*. Perbedaan dengan penelitian penulis melakukan penelitian menyangkut peranan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan pendekatan ekonomi syariah yang mana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah, tetapi persamaan yang mendasar dari penelitian terdahulu yang diuraikan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan penelitian di asuransi meskipun berbeda tempat dan waktu.

2. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Satria Mirsyah Affandy Nasution angkatan 2011 Mahasiswa program Strata satu (S1) Manajemen Universitas Sumatera Utara, dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Analisis SWOT PT. AXA Finansial Cabang Medan”². Dimana titik beratnya dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran PT. AXA Finansial Cabang Medan dalam meningkatkan daya saing melalui analisis SWOT.

Dalam penelitian yang dilakukan Satria Mirsyah Affandy Nasution yang mana dalam penelitiannya menggunakan pendekatan analisis SWOT dalam menghadapi persaingan dalam meningkatkan daya saing. Perbedaan dengan penelitian penulis melakukan penelitian menyangkut peranan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan pendekatan ekonomi syariah yang mana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah, tetapi persamaan yang mendasar dari penelitian terdahulu yang diuraikan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan penelitian di asuransi meskipun berbeda tempat dan waktu.

² Satria Mirsyah Affandy Nasution, *Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 2011

3. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Mada Indah Nowdianty angkatan 2009 Mahasiswa program Diploma tiga (D3) Universitas Gunadarma, Depok Jawa Barat, dengan judul “Strategi pemasaran pada PT. Prudential Life Assurance Dalam Menghadapi Persaingan”³. Dimana dalam penelitian tersebut titik beratnya adalah mengenai cara yang dilakukan oleh Prudential Life Assurance untuk menyusun strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan.

Dengan demikian jika membandingkan penelitian terdahulu yang penulis uraikan di atas ada sebuah persamaan dan perbedaan. Penelitian yang dilakukan Mada Indah Nowdianty memakai strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan, dimana penelitiannya bertujuan mengetahui cara yang dilakukan oleh Prudential Life Assurance. Sedangkan dalam penelitian penulis juga melakukan penelitian menyangkut stratege pemasaran juga akan tetapi fokus keperanan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah dengan pendekatan ekonomi syariah yang mana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah, tetapi persamaan yang mendasar dari penelitian terdahulu yang diuraikan di atas dengan penelitian ini yaitu sama-sama melakukan penelitian di asuransi meskipun berbeda tempat dan waktu.

B. Gambaran Umum Tentang Asuransi Syariah dan Konvensional

1. Asuransi Syariah

Asuransi dalam bahasa Arab, asuransi dikenal dengan istilah *at-ta'min*, penanggung asuransi disebut *mu'ammin* yang menjadi bertanggung disebut *mu'amman lahu* atau *mus'ta'min*. *At-ta'min* diambil dari amanah yang artinya memberi perlindungan, ketenangan, rasa aman, dan bebas dari rasa takut. istilah

³ Mada Indah Nowdianty, *Universitas Gunadarma, Depok Jawa Barat, 2009*

men-*ta'min*-kan sesuatu berarti seseorang membayar atau memberikan uang cicilan agar ia atau orang yang ditunjuk menjadi ahli warisnya mendapatkan ganti rugi terhadap harta yang hilang. Selain itu asuransi syariah mempunyai dewan pengawas yaitu Dewan Syariah Nasional (DSN), yang mana Dewan Syariah Nasional yang mengatur tentang pedoman umum tentang pelaksanaan operasional asuransi syariah.

Asuransi syariah juga tentu jauh berbeda dengan asuransi konvensional. Pada asuransi syariah setiap peserta sejak awal bermaksud saling tolong-menolong dan melindungi satu dengan yang lainnya menyisihkan dananya sebagai iuran kebijakan yang disebut dengan *tabarru'* jadi sistem pada asuransi syariah tidak menggunakan pengalihan resiko (*risk transfer*) dimana tertanggung harus membayar premi, tetapi lebih merupakan pembagian resiko (*risk sharing*) dimana para peserta saling menanggung kemudian akad yang digunakan dalam asuransi syariah harus selaras dengan hukum Islam (syariah), artinya akad yang harus dilakukan harus terhindar dari *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *zhulum* (penganiayaan), dan *risywah* (suap), di samping itu investasi dana harus pada objek yang halal *thoyyibah* bukan dari barang haram dan maksiat.

Pengertian 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 memikul resiko ini dilakukan atas dasar saling tolong menolong dalam kebaikan dengan cara masing-masing mengeluarkan dana yang ditujukan untuk menanggung resiko tersebut.⁴

Asuransi dalam islam dikenal dengan istilah *Takaful* yang berarti saling memikul resiko di antara sesama orang, sehingga antara satu dengan yang lainnya

⁴Sofyan Syafri Harahap, *Akuntansi Islam*, (Jakarta, Bumi Aksara, 1997), 99

menjadi penanggung atas risiko yang lainnya. Saling memikul risiko ini dilakukan atas dasar tolong menolong dalam kebaikan, dimana masing-masing mengeluarkan dana (*tabarru*) yang ditunjuk untuk menanggung risiko tersebut.

Ahli fikih kontemporer, Wahbah az-Zuhaili mendefinisikan asuransi berdasarkan pembagiannya. Membagi asuransi dalam dua bentuk, yaitu *at-ta'min*, *at-ta'wuni*, dan *at-ta'min bi qist sabit*. *At-ta'min*, *at-ta'awuni* atau asuransi tolong-menolong adalah “kesepakatan sejumlah orang untuk membayar sejumlah uang sebagai ganti rugi ketika salah seorang di antara mereka mendapat kemudharatan”.⁵

At-ta'min bi qist sabit atau asuransi dengan pembagian tetap adalah “akad yang mewajibkan seseorang membayar sejumlah uang kepada pihak asuransi yang terdiri atas beberapa pemegang saham dengan perjanjian apabila peserta asuransi mendapat kecelakaan, ia diberi ganti rugi”.

Dengan demikian asuransi dilihat dari segi teori dan sistem tanpa melihat sarana atau cara-cara kerja merealisasikan sistem dan mempraktekan teorinya sangat relevan dengan tujuan umum syariah dan diserukan oleh dalil-dalil. Dikatakan kemudian karena asuransi dalam arti tersebut adalah sebuah gabungan menghilangkan atau meringankan kerugian yang tertimpah sebagian mereka.⁶

a. Landasan Hukum Asuransi Syariah

1. Al-Qur'an

Berbicara tentang landasan hukum asuransi mengenai hukum dari Alquran memang tidak ada satu pun ayat yang menyebutkan kata asuransi seperti yang kita

⁵Abdul Azis Dahlan, et al, ed. *Ensiklopedi Hukum Islam*, cet. 4, (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2000), 138

³Muhammad Syakir Sula, FIIS, *Asuransi Syariah (Life And General) Konsep dan Sistem Oprasional*, (Jakarta, Gema Insani, 2004), 29

ketahui sekarang ini. Namun demikian meskipun tidak disebutkan kata asuransi secara gamblang. Tetapi terdapat ayat yang menjelaskan perintah tentang konsep asuransi yang memiliki nilai-nilai kemanusiaan atau nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi syariah. Hal ini dijelaskan dalam (Q.S. Surah al-Maaidah [5] : 2).

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahnya:

...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.⁷

Di dalam surah Al-Maaidah Allah memerintahkan umat manusia selaku ciptaanya agar saling tolong menolong dalam kebaikan yang mana potongan surah di atas seperti apa yang ada di asuransi syariah, selaku manusia yang sadar tentu akan menjalankan perintah Allah tersebut. Secara prinsip kajian ekonomi islam tentu akan mengedepankan asas keadilan, tolong-menolong, menghindari kezaliman, pengharaman riba (bunga), *prinsip profit and sharing* selain itu asuransi syariah menghindari yang namanya *gharar*. Prinsip-prinsip dasar yang diuraikan di atas itulah yang harus dipenuhi oleh setiap lembaga asuransi syariah untuk menjaga agar selalu sesuai dengan syari'at Islam maka pada setiap asuransi harus ada dewan pengawas syariah.

⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an tajwid dan Terjemah* (Bandung; CV Penerbit Diponegoro, 2014), 106

2. *As-Sunnah*

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a, dia berkata: “*Berselisih dua orang wa-nita dari suku Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu ke wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang dikan-dungnya. Maka ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadakan peristiwa tersebut kepada Rasulullah SAW, maka Rasulullah SAW memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin tersebut dengan pembebasan seorang budak laki-laki atau pe-rempuan, dan memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut dengan uang darah (di-yat) yang dibayarkan oleh aqilah-nya (kerabat dari orang tua laki-laki).*” (HR. Bukhari)

Hadis diatas menjelaskan tentang praktik *aqilah* yang telah menjadi tradisi di masyarakat Arab. *Aqilah* dalam hadis diatas dimaknai dengan *ashabah* (kerabat dari orang tua laki-laki) yang mempunyai kewajiban menanggung denda (*diyat*) jika ada salah satu anggota sukunya melakukan pembunuhan terhadap anggota suku lain. Penanggung bersama oleh *aqilah-nya* merupakan suatu kegiatan yang mempunyai unsur seperti yang berlaku pada bisnis asuransi. Kemiripan ini didasarkan atas adanya prinsip saling menanggung (*takaful*) antar anggota suku.

3. *Fatwa DSN-MUI*

Para ulama dalam hal ini ketika menerima asuransi tentu berdasarkan hasil Fatwa DSN-MUI No.21/DSN-MUI/X/2001, Fatwa yang menjadi landasan bagi asuransi syariah , ini adalah salah satu landasan hukum yang membedakan dengan asuransi konvensional.

Perasuransian syariah di Indonesia juga diatur dalam beberapa fatwa DSN-MUI antara lain Fatwa DSN- MUI No. 21/DSN-MUI/X/2001 Tentang pedoman Umum asuransi Syariah, Fatwa DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad *Mudharabah, Musyarakah* pada asuransi syariah, Fatwa DSN-MUI

No.52/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad *Wakalah Bil Ujah* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah, Fatwa DSN-MUI No.53/DSN-MUI/III/2006 Tentang Akad *Tabarru* pada Asuransi dan Reasuransi Syariah.⁸

Dari pengertian di atas dapat dipahami bahwa dalam asuransi syariah terdapat empat unsur yang mesti ada :

1. Akad tabarru adalah akad yang mendasari terbentuknya perikatan antara dua belah pihak sekaligus terjadinya hubungan keperdataan (*mu'amalah*).
2. Berupa sejumlah uang yang sanggup dibayarkan oleh tertanggung kepada penanggung.
3. Adanya penggantian dari penanggung kepada tertanggung jika terjadi klaim atau masalah perjanjian selesai.
4. Adanya suatu peristiwa yang tidak memungkinkan datang atau tidaknya suatu resiko tersebut.

4. Prinsip-prinsip Asuransi Syariah

Dalam asuransi syariah prinsip-prinsip tentu berbeda dengan asuransi konvensional, prinsip asuransi syariah baik asuransi kerugian maupun asuransi jiwa memiliki prinsip yang sama yaitu tolong-menolong (*ta'awun*) prinsip ini merupakan pondasi dasar hukum asuransi syariah.

Adapun prinsip-prinsip asuransi yaitu :

1. Prinsip berserah diri dan ikhtiar

Sebagaimana kita ketahui bahwa Allah lah yang memiliki seluruh apa yang ada di jagat raya ini, oleh karena itu tentunya Allah berhak penuh untuk memberikan rezeki kepada siapa saja yang dikehendaki-nya, dalam hal ini yang

⁵Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 252

menetapkan seorang hamba menjadi kaya ataupun sebaliknya menjadi miskin. Untuk itu kita wajib saling tolong menolong dan berserah diri kepada Allah.

2. Prinsip saling bertanggung jawab

Dalam asuransi syariah seluruh peserta asuransi dalam hal ini bertanggung dan penanggung berjandi atau berakad dan saling bertanggung jawab. Bagi setiap muslim, saling bertanggung jawab merupakan kewajiban sesama insan. Rasa tanggung jawab timbul atas dasar sifat saling menyayangi, saling mencintai, saling membantu dan mementingkan kebersamaan demi mendapatkan kemakmuran bersama untuk mewujudkan masyarakat beriman, bertakwa dan harmonis.

3. Prinsip saling melindungi dan berbagai kesusahan

Peserta asuransi satu sama lain harus saling melindungi diri dari kesusahan dan bencana karena keselamatan dan keamanan merupakan kebutuhan yang fundamental dalam kehidupan. Prinsip asuransi ini merupakan salah satu kegiatan yang bergerak di bidang ekonomi untuk mencapai kemakmuran. Namun prinsip yang paling utama yang merupakan pondasi asuransi syariah baik dalam aspek kerugian maupun konsep asuransi jiwa adalah prinsip tolong menolong.

Jadi asuransi syariah adalah suatu pertanggung jawaban terhadap semangat saling tolong-menolong, bertanggung jawab, kerjasama dan perlindungan dalam kegiatan-kegiatan masyarakat, demi kesejahteraan umat dan masyarakat pada umumnya. Sebagai seorang muslim, kita wajib percaya bahwa segala hal yang terjadi di atas tidak terlepas dari *Qadha* dan *Qadar* Allah swt terhadap hamba-hambanya.

5. *Ketentuan Oprasional Asuransi Syariah*

Sistem oprasional yang ada di asuransi syariah di landasi oleh tiga prinsip, yaitu saling bertanggung jawab, kerja sama dan saling membantu, serta saling melindungi antara tertanggung dan penanggung. Perusahaan asuransi syariah dalam hal ini bertindak sebagai pengelola atau *mudarib* yang di berikan kepercayaan atau amanah oleh peserta sebagai *shahibul mal* untuk mengelola premi dari peserta dan mengembangkan dengan jalan yang halal sesuai dengan *syar'i* serta memberikan santunan kepada yang mengalami musibah sesuai dengan akad.

Berdasarkan akad yang di sepakati di awal, perusahaan dan peserta mempunyai hak dan kewajiban yang harus di tunaikan, tentunya hak dan kewajibanya ialah jika si tertanggung (nasabah) adalah membayar premi sekaligus di muka atau secara berkala. Uang premi yang diterima perusahaan asuransi di pisahkan atas rekening tabungan dan rekening *tabarru* disamping itu si tertanggung atau nasabah berhak mendapatkan uang pertanggungan jika mengalami resiko atau klaim serta bagi hasil jika ada, sedangkan kewajiban perusahaan asuransi adalah memegang amanah yang di berikan para peserta dalam hal mengatasi resiko yang kemungkinan mereka alami.

Selain itu perusahaan asuransi dalam menjalankan kegiatan bisnis dan mengembangkan dana tabungan yang di kumpulkan di kelola dengan sesuai dengan hukum syariah. Sementara itu dana *tabarru* di peruntukan untuk tujuan keperluan para nasabah yang terkena resiko.

Premi pada asuransi syariah jiwa dan asuransi syariah kerugain berbeda.

Pada asuransi jiwa, premi yang di bayarkan peserta terdiri atas unsur tabungan dan *tabarru*. Unsur *tabarru* di ambil dari tabel mortalita yang

besarnya bergantung pada usia dan masa perjanjian. Besarnya unsur tabungan berada antara 0,75-12%. Untuk asuransi kerugian dan *trem insurance life*, unsur preminya hanya mengandung *tabarru* yang besarnya merujuk pada *rate standard* yang di tetap Dewan Asuransi Syariah (DAI).⁹

2. Asuransi Konvensional

Dalam bahasa Belanda kata asuransi disebut *Assurantie* yang terdiri dari kata "*assuranduer*" yang berarti penanggung, dan "*geassureerde*" yang berarti tertanggung. Kemudian dalam bahasa Prancis disebut "*assurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang pasti terjadi. Sedangkan dalam bahasa latin disebut "*assucurare*" yang berarti meyakinkan orang. Selanjutnya dalam bahasa Inggris kata asuransi disebut "*insurance*" yang berarti menanggung sesuatu yang mungkin atau tidak mungkin terjadi.¹⁰

Asuransi konvensional adalah asuransi yang berdasarkan akad jual beli, atau asuransi yang berdasarkan pada investasi dana yang bebas dengan menggunakan aturan prinsip tertentu. Asuransi ini mengambil sebuah misi dari perusahaan yakni di bidang ekonomi dan sosial, dimana setiap perusahaan-perusahaan asuransi memiliki kebijakan sendiri, yang menyangkut kesejahteraan para nasabahnya dan tentunya berbagai kebijakan tersebut harus dipatuhi dan disepakati bersama.

Kegiatan asuransi yang dijalankan di Indonesia merupakan kelanjutan asuransi yang ditinggalkan oleh pemerintahan hida Belanda. Sedangkan peraturan pemerintah Indonesia yang mengatur tentang asuransi baru dikeluarkan pada Tahun 1976 dengan keluarnya surat keputusan Menteri Keuangan pada

⁹Abdullah Amrin, *Asuransi Syariah* (Jakarta:Pt Alex Media Komputindo, 2006), 68

¹⁰Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Fajar Interpretama Offiset, 2013), 261

waktu itu. Konsep asuransi Konvensional, sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang tentang usaha perasuransian, yang berbunyi:

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua belah pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung karena kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti terjadi, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang di pertanggungkan.¹¹

Dalam perjanjian asuransi dimana tertanggung dan penanggung mengikat sesuatu perjanjian tentang hak dan kewajiban masing-masing perusahaan asuransi membebankan sejumlah premi yang harus dibayar tertanggung. Premi yang harus dibayar sebelumnya sudah ditaksir terlebih dahulu atau dipertimbangkan dengan tingkat resiko yang akan dihadapi. Semakin besar resiko semakin besar premi yang akan dibayar dan begitupun sebaliknya.

Mengenai perjanjian asuransi yang tertuang dalam polis asuransi dimana polis tersebut terdapat syarat-syarat, hak-hak, kewajiban masing-masing pihak, jumlah premi yang dipertanggungkan dan jangka waktu asuransi. Jika dalam masa pertanggungan terjadi resiko, maka pihak asuransi akan membayar sesuai dengan yang apa diperjanjikan di awal. Perjanjian antara pihak asuransi dengan pihak nasabahnya tidak dapat dilakukan secara sembarangan. Setiap perjanjian harus mengandung prinsip-prinsip yang ada di asuransi, tujuannya adalah untuk

¹¹Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 tahun 1992, Tentang Usaha Perasuransian, DAI, 1 juli 2003, 2

menghindari hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari antara perusahaan dengan nasabahnya.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa konsep asuransi konvensional adalah mengurangi resiko nasabahnya baik secara individu maupun kelompok (tertanggung) namun dengan sebuah perjanjian, dalam hal ini tertanggung harus membayar premi yang telah disepakati dari awal dengan pihak asuransi, melalui suatu perjanjian (kontrak). Kemudian pihak asuransi juga berjanji akan membayar ganti rugi terhadap nasabahnya apabila terjadi suatu peristiwa sebagaimana yang telah diperjanjikan dalam kontrak asuransi (polis).

C. Perbedaan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional

Dalam asuransi syariah dan konvensional meskipun mempunyai tujuan yang sama yaitu melindungi nasabahnya dari resiko namun ada hal yang paling penting untuk membedakan diantaranya yaitu:

1. Asuransi syariah merupakan sekumpulan orang yang saling membantu, saling menjamin, dan bekerja sama dengan cara mengeluarkan dana *tabarru* sama-sama sebagai dana kebajikan yang dipergunakan untuk membantu jika salah satu dari seseorang terkena musibah, dan dananya dikelola oleh perusahaan luar yang berbasis syariah, mempunyai Dewan Pengawas (DPS), Bersih dari adanya praktik *Gharar*, *Maisir*, dan Riba.
2. Asuransi konvensional adalah perjanjian dua pihak atau lebih, dimana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian kepada tertanggung bila terjadi klaim, dan dananya dikelola langsung oleh perusahaan asuransi itu sendiri, tidak mempunyai dewan pengawas, Tidak

selaras dengan Sya-riah Islam karena adanya *Maisir*, *Gharar*, dan Riba. Hal yang diharamkan dalam Muamalah.

Dari uraian diatas kita sudah dapat membedakan antara asuransi syariah dan asuransi konvensional, selain itu misi kedua asuransi ini tentu berbeda, dimana asuransi syariah selain mempunyai misi ekonomi, ia juga memiliki misi akidah, yaitu akidah Islam, yang mana sumbernya berasal dari Alquran dan hadis, misi ibadah dalam bentuk ta'awun dan misi pemberdayaan umat. Sedangkan asuransi konvensional memiliki misi ekonomi dan misi sosial tanpa berdasarkan agama

D. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran Dalam Perspektif Syariah

Pengertian Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang di jalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activites*) yang memungkinkan siapa pun melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan pemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses berprinsip pada akad bermuamalah Islam atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.¹²

Prinsip pemasaran dalam Islam harus mengandung nilai-nilai iman yang merupakan dari ikhtiar, amanah, manfaat dan nikmat. Di dalam Islam juga sudah dijelaskan yang terkait dengan muamalah yang dalam kaidah fiqhi yaitu pada dasarnya bentuk muamalah (*business*) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

⁹Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT Grasindo, 2007), 1

Dalam syariah, *spritual marketing* adalah tingkatan yang karena didalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah (bisnis syariah), mengandung nilai-nilai ibadah yang menjadikanya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah. Seorang muslim yang baik, dalam transaksi muamalahnya dalam hal ini pemasaran baik sebagai pemimpin perusahaan, pemilik, pemasar, pesaing maupun sebagai pelanggan hendaklah mempunyai prinsip keadilan, kejujuran, transparansi, etika dan moralitas menjadi nafas dalam setiap bentuk transaksi bisnisnya.¹³

Proses pemasaran yang dapat menarik hubungan antar pelanggan yang menguntungkan di bagi menjadi dua sasaran pemasar yaitu :

- a. Menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai keunggulan suatu pruduk
- b. Menjaga menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan, pemasar yang kokoh menjadi penting bagi kesuksesan dalam semua organisasi.

2. Sistem Pemasaran Asuransi

Jenis program asuransi syariah terdiri dari asuransi jiwa. Untuk menjual program tersebut dibutuhkan agen-agen yang memiliki kemampuan yang berbeda untuk memahami sifat dari program tersebut. Adapun kemampuan dan ketrampilan agen asuransi syariah dalam menjual harus memiliki kecakapan sebagai berikut :

- a. Pemahaman atas program yang di jual
- b. Kecakapan dalam hal menjual
- c. Kecakapan dalam merekrut agen-agen baru
- d. Memelihara, membina dan mengembangkan agen

¹⁰Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2006), 7

3. Kemampuan Yang Harus Dimiliki Agen

Kemampuan yang dimiliki oleh pemasar atau agen asuransi terdapat beberapa hal sebagai berikut :

- a. Pengetahuan akan program
- b. Ketrampilan dan kemampuan lobi
- c. Penampilan
- d. Jaringan bisnis

E. Tinjauan Umum Agen Asuransi

1. Pengertian Agen Asuransi

Seorang agen yang profesional pasti sangat mudah menyesuaikan dengan keadaan terhadap perubahan-perubahan yang merupakan kemampuan untuk mengubah kebiasaan dan pola kehidupan, dan tidak dapat dihindari karena perubahan yang terus menerus, terkadang seseorang ketakutan dalam menghadapi perubahan. Cara terbaik untuk mengalahkan ketakutan adalah dengan meningkatkan secara maksimal pengetahuan dan cara yang kita miliki dalam melakukan pekerjaan. Semakin kita maju dalam pekerjaan, maka akan semakin mudah untuk melakukan perubahan. Orang-orang inilah yang disebut sebagai penjual yang sukses dan profesional.

Secara umum agen berarti seseorang yang diberi pekerjaan untuk tujuan kontrak antara perusahaan dengan pihak ketiga. Agen bertindak sebagai perantara untuk mempertemukan pembeli dan penjual program atau jasa, dengan menerima premi berdasarkan kesepakatan sesuai dengan nilai transaksi yang dilakukan. Agen dalam kegiatan ekonomi memainkan peranan yang penting untuk memperlancar fungsi dan mekanisme pasar.

Untuk memperjelas pemahaman tentang agen, Russel, Beach dan Buskrik berpendapat, bahwa seorang agen adalah suatu seni orang lain untuk melakukan suatu yang tidak dapat atau tidak mau dikerjakan, kekuatan tersebut mendorong seseorang dapat melakukannya dengan baik.

Sedangkan menurut Wahyu Prihartono, Agen adalah orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi dan dipercaya sebagai 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.¹⁴

Dengan demikian agen harus selalu mengutamakan kepentingan pembeli. Pemantapan pelayanan, dan sikap. Dalam kegiatan menjual adalah memenangkan tujuan dengan jalan kekerasan akan hanya mendapatkan hasil yang buruk.

2. Fungsi Agen Asuransi

Pada awalnya berdiri asuransi di Kota Palu dalam menjual polis atau atau mencari premi tidak menggunakan sistem keagenan seperti yang dilakukan oleh asuransi syariah yang ada di Malaysia agen tidak terlihat, tetapi orang-orang datang sendiri membeli polis asuransi, namun setelah satu tahun di coba tanpa agen ternyata pertumbuhannya tidak terlalu cepat, bahkan terlihat lambat.

Sampai saat ini masyarakat Indonesia khususnya masyarakat Kota Palu sendiri masih banyak yang belum menyadari akan pentingnya berasuransi. Bahkan, mereka yang akan sadar kebutuhan masih harus didorong untuk ikut berasuransi. Hal ini mungkin disebabkan pembeli asuransi masih kurang memahami tentang asuransi, dan mereka kurang memiliki informasi yang jelas

¹⁴M.Wahyu Prihartono, *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*, (Yogyakarta: Kanisus, 2001), 6

akan suatu program asuransi, melihat kenyataan ini, maka program asuransi harus di informasikan kepada masyarakat umum melalui seorang agen asuransi.

Hal ini menjadi perhatian penuh bagi pihak perusahaan asuransi bahwa peran seorang agen sebagai orang yang mengenalkan, menginformasikan, dan menjelaskan ke masyarakat sangat dibutuhkan. Karena fungsi agen menjual asuransi sama halnya dengan perbuatan memproduksi asuransi.¹⁵

Agen merupakan orang yang dipercaya oleh perusahaan asuransi untuk memberi pengertian tentang seberapa pentingnya berasuransi sebagai jaminan hari tua. Oleh karena itu agen haruslah bersifat jujur, baik, jujur kepada diri sendiri, jujur kepada orang lain, maupun jujur kepada perusahaan tempat di mana ia bekerja.

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

1. Tugas-tugas agen

Agen dalam perusahaan asuransi mempunyai tugas yaitu menjual program sekaligus. Pada hal ini, maka dapat dilihat 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 perusahaan maupun masyarakat
- e. Menjaga nama baik perusahaan asuransi tempat bekerja

¹²A. Hasyim Ali, *Pengantar Asuransi*, (Jakarta Bumi Aksara, 1995), Cet. Ke-1, 93

2. Kewajiban seorang agen

Berdasarkan tugas agen tersebut, maka agen harus menaati dan memenuhi kewajibannya, apabila menginginkan aktivitas mendatangkan hasil yang optimal.

Adapun yang menjadi kewajiban agen yaitu :

- a. Agen harus mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan calon tertanggung dalam menjual program yang ditawarkan.
- b. Melakukan penutupan dan segera menyetor premi pertama bagi yang berhasil ditagih pada hari kerja.
- c. Memberi pelayanan yang baik kepada calon tertanggung dengan tidak melanggar kode etik agen asuransi.

3. Tanggung jawab agen

Sesuai dengan tugas yang dilakukan oleh agen, maka menjadi tanggung jawab agen, yaitu :

- a. Memenuhi target yang di tetapkan
- b. Berproduksi secara sehat
- c. Menyetor premi pertama dan premi lanjutan sesuai ketentuan yang berlaku

4. Syarat-syarat agen

Agen sebagai seorang penjual dalam asuransi tidak mudah untuk dapat menjual dengan presentasi yang baik, untuk itu di perlukan syarat untuk keberhasilan dalam meningkatkan jumlah nasabah dan menjual produk asuransi. Adapun syarat yang harus di tempuh oleh seorang agen untuk menjadi penjual yang sukses yaitu.¹⁶

¹³Surjono Soerono, *Penuntun Ke Agenan Asuransi Jiwa*, (Jakarta: Dewan Asuransi Indonesia, 1998), Ed. 4, 104

- a. Jujur yaitu seorang agen harus jujur dalam perkataan, perbuatan dan hati nurani, menjelaskan sesuatu harus jujur tanpa nada memaksa dan akan mendorong prospek untuk dapat menjawab dengan jujur yang memudahkan penutupan dan pemeliharaan polis.
- b. Loyal yaitu setia dan kepatuan kepada perusahaan yang diwakilinya
- c. Inisiatif yaitu seorang agen harus mempunyai daya imajinasi yang baik, dan mampu menghayati kebutuhan prospek.
- d. Imajinasi yaitu seorang agen harus memiliki daya pikir dalam menghayati kebutuhan prospek.
- e. Antusiasme yaitu bekerja dengan bergairah dan bersemangat akan membuat prospek juga bergairah mendengarkan penjelasan agen.
- f. Keyakinan diri yaitu sebaiknya sebelum melakukan penjualan hendaknya agen mempersiapkan diri antar lain, belajar sehingga diri sendiri yakin akan kebaikan asuransi.
- g. Ambisi yaitu mempunyai keinginan hasrat untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.
- h. Keberanian yaitu berani mengambil sikap dan membantu prospek pengambilan keputusan.
- i. Cepat tanggap yaitu seorang agen harus cepat tanggap terhadap reaksi prospek.
- j. Mengenal identitas perusahaannya dan programnya yaitu sebelum melakukan penjualan, agen perlu mengenal perusahaannya.
- k. Mengenal calon pembeli yaitu sebelum melakukan prospek agen sebaiknya sudah mempelajari, mengenal dan mengetahui seseorang yang ingin di prospek
- l. Memahami teknik menjual yaitu mempelajari dan menguasai teknik menjual, agen akan lebih mudah menuntun prospek.

- m. Penampilan pribadi yaitu penampilan menentukan penjualan, antara lain cara berpakaian, budi bahasa, sikap yang bertujuan memberi rasa simpati.
- n. Mengenal “siapa dirinya”, yaitu memahami segi positif dan negatif diri sendiri, serta mampu mengembangkan yang positif dan mengatasi yang negatif.
- o. Mempunyai perencanaan yang baik yaitu sebelum memulai pekerjaan, agen harus mempunyai perencanaan yang baik untuk dapat mendukung peningkatan penjualan.

5. Kode Etik Agen Asuransi

Sebagaimana disebutkan dalam pasal 8 Keputusan Menteri Keuangan No.425 bahwa tenaga ahli dalam perasuransian wajib melakukan tugasnya dengan berpedoman pada standar praktek dan kode etik profesi yang berlaku, sebagai berikut.¹⁷

- a. Mengutamakan kepentingan pemegang polis
- b. Menghormati kepercayaan yang diberikan pemegang polis, dan memegang rahasia pribadinya
- c. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya
- d. Menggunakan cara yang layak sesuai dengan kode etik untuk mendapatkan calon pemegang polis
- e. Memberikan fakta dan keterangan yang lengkap dan tepat
- f. Berusaha menyempurnakan dan menambah pengetahuan dengan cara berfikir dan belajar secara terus- menerus
- g. Berusaha melakukan tugas sedemikian rupa dengan memperlihatkan sifat yang baik dalam jabatan maupun dalam kehidupan sehari-hari.

¹⁴Keputusan Menteri Keuangan No. 425/KMK.06/2003, *Tentang Perizinan dan Penyelenggaraan Kegiatan Perusahaan Penunjang Usaha Asuransi.*

3. Wewenang Agen Asuransi

Dalam bisnis agen diberi kuasa dan wewenang untuk melakukan penjualan dan promosi barang-barang atau jasa milik perusahaan yang ditempatinya. Secara umum wewenang seorang agen terletak pada wewenang yang diberikan kepadanya oleh kontrak keagenan atau yang bisa disebut perjanjian keagenan. Karena adanya wewenang yang dimilikinya oleh agen merupakan kriteria utama untuk mendapatkan adanya suatu keagenan. Namun, kekuasaannya untuk mengikat perusahaan melampaui wewenang kontrak ini.

Agen memiliki tiga macam wewenang yaitu sebagai berikut :

- a. Wewenang tersurat yaitu tercantum kontraknya dengan perusahaan asuransi.
- b. Wewenang tersirat yaitu agen memperoleh wewenang yang layak dianggap publik yang dimilikinya bahwa seorang agen mempunyai wewenang untuk suatu tindakan tertentu, maka sejauh yang menyangkut hukum, agen tersebut mempunyai wewenang itu.
- c. Wewenang lahiriah yaitu wewenang yang telah dilaksanakan itu didiadakan, oleh perusahaan, artinya perusahaan asuransi gagal melarang tindakan agen tersebut.

F. Perspektif Ekonomi Syariah Tentang Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah

Dimana dalam Perspektif Ekonomi Syariah sikap dasar yang harus dimiliki agen atau selaku pemasar yang tercemin sikap profesionalisme dalam peranannya sebagai tenaga penjual program. Modal dasar sikap itu terdiri dari bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis, tidak mudah putus asa, jujur,

dapat dipercaya dan sabar tidak panik ketika mengalami kegagalan. Adapun modal dasar sikap itu terdiri dari :

1. Bertanggung Jawab

Seorang agen asuransi syariah tidak semata-mata mencari nasabah, akan tetapi yang lebih penting dari semua itu bahwa agen harus mempertanggung jawabkan semua transaksi-transaksi yang telah dilakukan dan berserah diri kepada Allah swt atas apa yang telah dilakukan. Sebagaimana firman Allah dalam (Q.S. Al-Ahzab [33] : 72).

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya kami telah megemukakan amanat kepada langit, bumi dan gunung-gunung; maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu sangat zalim dan sangat bodoh.¹⁸

Ayat di atas menjelaskan tentang seberapa berat memikul amanat yang dari perusahaan yang dibawahnya.

2. Mandiri

Artinya dapat berdiri sendiri diatas kaki sendiri, tidak menggantungkan nasib dan pertolongan kepada orang lain. Karena, tidak selamanya seseorang dapat membantu kita kecuali dengan daya dan upaya

¹⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an tajwid dan Terjemah* (Bandung; CV Penerbit Diponegoro, 2014), 427

kita sendiri. Kemandirian merupakan ajaran utama dalam agama Islam.

Sebagaimana firman Allah dalam (Q.S. Ar-Ra'd [13] : 11).

لَهُ مَعْقَبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ ۖ تَحَفُّظُونَهُ ۚ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ
مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ
مِّنْ دُونِهِ ۗ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan sesuatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.¹⁹

Ayat ini menjelaskan tentang dimana dalam kehidupan tidak akan ada orang lain yang akan merubah nasibnya kecuali tanpa keinginannya sendiri.

3. Kreatif

Banyak agen pemasar yang kreatif maka banyak juga jalan menuju kesuksesan dalam mencapai keberhasilan dalam penjualan. Karena, bagi pribadi yang kreatif tidak akan pernah mengalami kegagalan atau kesulitan dalam menuju keberhasilan dalam mencapai cita-cita. Dengan berbagai akal yang dimiliki maka kita dapat mencapai rahmat dan rezeki-Nya di dunia ini.

4. Selalu Optimis dan Tidak Mudah Putus Asa

Seorang pemasar syariah didalam berusaha tidak perna mengenal kata putus asa, ketika ia mengalami kegagalan selalu optimis atas segala ikhtiar yang telah dilakukannya. dalam ajaran Islam kita di tanamkan sikap selaalu

¹⁹Ibid., 250

optimis dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi rintangan. Sikap optimisme dapat juga mendorong kesungguhan tekad untuk mendapatkan ridho Allah swt, sebagaimana firman-Nya dalam (Q.S. Yusuf [12] : 87).

يَبْنَئِ أَذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْيَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ لَا
يَأْيَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ ﴿٨٧﴾

Terjemahnya:

Hai anak-anakku, pergilah kamu, carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir.²⁰

Ayat ini membahas tentang sebagaimana dalam kehidupan sehari mencari nasabah janganlah ada kata berputus asa, dan selalu berserah diri kepada Allah swt.

5. Jujur dan Dapat Dipercaya

Kejujuran merupakan modal dasar dalam setiap keberhasilan setiap usaha disegala bidang, sebagaimana dicontohkan oleh Rasulullah saw di dalam menjalankan setiap transaksi bisnisnya, baik kepada kawan maupun lawan sehingga beliau dikenal sebagai *al-amin*, yaitu orang yang dapat dipercaya atas integritas di bidangnya. Karena kejujuran dan kepercayaan seseorang sering kali menjadi penentu gagal dan suksessnya seseorang didalam usahanya. Agen asuransi syariah harus menyampaikan, menginformasikan, atau mempresentasikan programnya sesuai dengan

²⁰Ibid., 246

keadaan yang sebenarnya dengan terbuka dan tidak ada yang disembunyikan.

6. Sabar dan Tidak Panik Ketika Mengalami Kegagalan

“siapa yang bersungguh-sungguh ia pasti akan dapat”

Setiap manusia 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 bersungguh-sungguh di dalam melakukan usahanya dengan sifat sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan.

Seorang agen syariah juga harus menghindari empat penyakit hati :

a. Berburuk Sangka (Su'uzhan)

Agan asuransi syariah tidak boleh memiliki prasangka yang buruk atau berpikiran negatif kepada calon nasabahnya atas berbagai penolakan yang diterimahnya, agan asuransi syariah menjadi sukses karena mencapai target-target penjualan dan mereka yang selalu memiliki prasangka baik atau berpikiran positif kepada calon nasabah.

b. Menjelek-jelekan atau Mengunjing (Ghibah)

Bagi agan asuransi syariah harus dapat menjaga akhlak atau etika sebagai seorang agan yang mencerminkan nilai-nilai ke-Islaman, di antaranya tidak diperkenalkan untuk mengunjing atau melakukan *ghibah* terhadap calon prospek dan menjelek-jelekan serta merusak nama baik perusahaan ataupun

melanggar kode etik agen asuransi. Allah berfirman dalam (Q.S. Al-Hujuraat [49] : 12).

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَتُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum, sesungguhnya sebagian prasangka itu adalah dosa, dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain, dan janganlah sebagian kamu mengunjing sebahagian yang lain.²¹

Ayat ini membahas tentang bagaimana akhlaq yang baik yang ditunjukkan para penjual asuransi (agen) yang harus mencerminkan nilai Islam.

c. Memata-matai (Tajassus)

Bagi agen asuransi syariah tidak diperkenankan untuk mencari-cari kelemahan suatu program orang lain untuk disebarkan kepada para prospek di dalam memenangkan persaingan asuransi.

d. Mengadu domba (Namimah)

Agen asuransi syariah dalam melakukan prospek terhadap calon nasabah dilarang untuk menawarkan program dari perusahaan yang berbeda-beda, karena dapat menimbulkan unsur penilaian subyektif kepentingan atau bahkan secara tidak langsung mengakibatkan timbulnya unsur mengadu domba (*namimah*) satu perusahaan kepada perusahaan lainnya.

²¹Ibid., 517

Selain sikap di atas tersebut, maka agen asuransi syariah harus dapat mencerminkan sikap profesionalisme sebagai penjual program asuransi. Diantarnya sikap tersebut adalah jujur dan tidak curang, menentukan harga secara adil, berperilaku baik dan tidak curang dalam menentukan harga secara adil, berperilaku baik dan simpatik, *rabbaniyyah*, bersikap adil terhadap semua *stakeholders*, bersikap melayani dan mempermudah, besaing secara sehat, mendahulukan sikap tolong-menolong, *amanah*, bekerja secara profesional, saling menghormati dan tidak berburu sangka, senang memberi hadiah, serta sabar dalam menghadapi nasabah. Firman Allah swt dalam (Q.S. An-Nahl [16] : 90).

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.²²

Ayat ini membahas tentang sikap agen asuransi yang tidak mengaduh domba para prospeknya.

²²Ibid., 277

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan dalam proposal ini adalah jenis penelitian lapangan (*fieldresearch*) yaitu penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala, peristiwa-peristiwa dan fenomena yang terjadi pada lingkungan, baik individu, kelompok lembaga atau masyarakat.³¹ Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan mengungkap tentang peranan agen pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu.

B. Tempat Penelitian dan Kehadiran Peneliti

1. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi penelitian pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu, yang bertempat di Rukan D'Vatulemo Jalan Moh. Yamin No. 7 Kelurahan Birobuli Kecamatan Palu Selatan. Alasan mengambil lokasi penelitian ini dikarenakan melihat perusahaan asuransi allianz dan menurut informasi awal penulis dari seorang agen bahwasanya kurang diminati khususnya masyarakat Kota Palu dalam berasuransi, maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui peranan agen pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu dalam meningkatkan jumlah nasabah.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, penulis adalah sebagai pengamat penuh, memperhatikan ciri-ciri dari penelitian kualitatif, maka tentunya kehadiran

¹Sumardisurya Brata, *Metodologi Penelitian*, (cet. II, Jakarta : Raja grafindo, 1998), 22

penelitian sangat di harapkan demi penyesuaian pada kenyataan-kenyataan yang terjadi di lapangan.

Penulis sebagai peneliti di lokasi penelitian tersebut bertindak sebagai instrumen sekaligus pengumpul data. Dalam melakukan penelitian, peran peneliti di lapangan bersifat aktif dalam melakukan pengamatan dan mencari informasi melalui informan dan narasumber yang berkompeten dengan objek yang sedang diteliti.

C. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian, peneliti mengkategorikan sumber data yang dijadikan sebagai bahan pembahasan dan penjelasan ini dalam dua kategori yaitu:

1. Data Primer

Yaitu data yang di peroleh lewat pengamatan langsung di lapangan.³² Data tersebut di peroleh lewat pengamatan langsung di lokasi penelitian, observasi, dokumentasi, dan wawancara secara mendalam terhadap agen asuransi allianz terkait peranan agen dalam meningkatkan jumlah nasabah perspektif ekonomi syariah (studi pada PT. Asuransi Allianz Agency Palu).

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penunjang atau pelengkap yang di kumpulkan penulis yang diperoleh lewat dokumentasi dan catatan-catatan yang berkaitan dengan objek penelitian, misalnya: data-data, literatur buku, dokumen-dokumen, wawancara dan penelitian.³³

²S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah* (Cet. IV; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 143

³Imron Arifin, *Penulis Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial dan Keagamaan*, (Bandung :Remaja Nodakarya, 1991), 75-76

D. Teknik Pengumpulan Data

Di dalam pengumpulan data, penyusun menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan penelitian langsung ke lokasi yang akan menjadi objek penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis, yaitu :

1. Observasi

Teknik observasi merupakan metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap obyek yang diteliti. Teknik observasi yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi dengan melihat bagaimana situasi dan kondisi perusahaan secara langsung. Menurut Winarmo Surakhmad observasi :

“Yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung tanpa (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan dalam situasi buatan yang khusus diadakan”.³⁴

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mewancarai beberapa informan penelitian. Instrumen penelitian yang digunakan adalah pedoman wawancara. Pedoman wawancara dilakukan dengan cara tidak terstruktur yaitu dengan cara tidak memilih antara pertanyaan mana yang akan didahulukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan atau benda-benda tertulis seperti; buku, brosur dan dokumentasi.³⁵

³⁴Winarmo Surakhmad, *Dasar dan Teknik Research, Pengantar Metodologi Ilmiah* (Ed). VI; Bandung : Tarsito, 1978), 155

³⁵Abbudin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1999), 64

Metode ini, digunakan untuk memperoleh data yang mencatat, diantaranya meliputi sejarah awal mula dari berdirinya perusahaan, visi dan misi, tujuan didirikannya dan struktur organisasi.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikan kedalam satu pola, ketegori dari satuan ukuran dasar.³⁶ Pendekatan analisis data yang digunakan dalam penulisan ini adalah pendekatan induktif. Pendekatan ini adalah bentuk pendekatan data yang bertolak dari hal-hal yang bersifat khusus kemudian dikembangkan dan ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum (*Generalisasi*).

Data sebelum dilacak, dipersiapkan terlebih dahulu instrumen pelacaknya, kemudian dilakukan pelacak data yaitu; data primer dan data sekunder. Pelacak data dilakukan dalam dua cara yakni pemeriksaan dan pembacaan naskah-naskah atau dokumen, kemudian melakukan pengecekan lapangan

Data yang diperoleh selalu dianalisis terlebih dahulu, baik sumber maupun rasionalitasnya barulah dimasukan menjadi data yang dicatat sebagai data penunjang pembahasan. Data yang sudah diperoleh kembali diricek kembali setelah semua data terkumpul (*reduksi data*).

Setelah berhasil dilakukan rikek data, kemudian data disajikan (*display*) menjadi konsep kasar, yang berbentuk laporan sementara, kembali *diverifikasi* sesuai dengan jenis dan nilai kebenarannya (*verifikasi data*).

³⁶Amirul Hadi dan Haryono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* Cet. I (CV. Pustaka setia, 1998), 110

F. Pengecekan Keabsahan data

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Lexy J. Moleong dalam buku dengan tuntunan pengetahuan, kriteria dan paradigma sendiri.³⁷

Untuk mendapatkan data yang benar-benar valid dan memiliki akurasi yang dapat di pertanggung jawabkan secara ilmiah. Pengecekan keabsahan data adalah suatu tahapan yang penulis lakukan dengan cara mengecek atau meneliti kembali sumber data, metode yang di pakai dengan menghubungkannya dengan pendapat teori yang ada, hal ini biasa disebut dengan memberi tanda. Sehingga melakukan tahapan ini maka data yang di peroleh dan ditunjuk kedalam karya ilmiah benar-benar valid dan akurat.

Pengecekan keabsahan juga di maksud agar tidak terjadinya keraguan terhadap data yang di peroleh baik itu pada diri penulis sendiri maupun para pembaca sehingga dikemudian hari nantinya tidak ada yang di rugikan terutama penulis yang telah mencurahkan segenap tenaganya dalam penyusunan karya ilmiah ini. Selain itu, penulis juga melakukan diskusi dengan dosen pembimbing dan rekan-rekan agar dapat dipertanggung jawabkan keabsahannya.

³⁷Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosad Karya, 2010), 171

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Asuransi Allianz Agency Palu

1. Sejarah Asuransi Allianz

a. Tentang Allianz Group

Bersama dengan nasabah dan mitra penjualan, Allianz adalah salah satu komunitas keuangan terkuat. Lebih dari 83 juta nasabah pribadi dan korporasi mengandalkan pengetahuan, jangkauan global, kekuatan modal dan kesolidan Allianz untuk membantu mereka memanfaatkan peluang keuangan serta untuk menghindari dan menjaga diri terhadap risiko.

Di tahun 2014, dengan dukungan 147,000 karyawan di lebih dari 70 negara, Allianz berhasil meraih pendapatan 122,25 miliar Euro dan laba operasional 10,40 miliar Euro, Serta laba bersih yang dapat diatribusikan bagi para pemegang saham mencapai 6,22 miliar Euro, Kesuksesan bisnis di bidang asuransi, manajemen aset dan layanan bantuan didasarkan permintaan nasabah atas solusi keuangan yang tahan krisis untuk masyarakat yang menua dan tantangan dari perubahan iklim, Transparansi dan integritas merupakan komponen kunci dari tatakelola yang berkelanjutan di Allianz.³⁸

b. Tentang Allianz di Asia

Allianz berada di kawasan Asia Pasifik sejak 1917 di pesisir Cina dengan menyediakan asuransi kebakaran dan asuransi jasa pengangkutan. Saat ini Allianz

¹www.Allianz.co.id. Diakses 02 Juli 2018

telah beroperasi pada 14 pasar di seluruh kawasan dengan menawarkan layanan asuransi umum, asuransi jiwa dan kesehatan serta aset manajemen. Dengan dukungan 35,000 karyawan, Allianz melayani kebutuhan hampir dari 20 juta nasabah di seluruh kawasan ini. Kunci sukses Allianz adalah Kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan kebutuhan lokal. Di tahun 2014, Allianz di Asia Pasifik mencatat pendapatan sebesar 7,9 miliar Euro dan laba operasional sebanyak 429 juta Euro.³⁹

c. Tentang Allianz di Indonesia

Perjalanan Allianz di Indonesia berawal lebih dari 30 tahun yang lalu. Allianz Indonesia memulai bisnisnya di Indonesia dengan membuka kantor perwakilan di tahun 1981. Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melesat menjadi salah satu yang tercepat di Asia, dimana hal ini mendorong prospek pasar baru bagi industri asuransi, maka pada tahun 1989, Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia yang bergerak dalam bidang asuransi umum. Kemudian pada tahun 1996, Allianz memasuki bisnis asuransi jiwa, kesehatan, dan pengelolaan dana pensiun dengan mendirikan PT. Asuransi Allianz Life Indonesia.

Seiring dengan berjalannya waktu, kedua perusahaan memutuskan untuk memperkenalkan dirinya dengan satu nama, yaitu Allianz Indonesia di mata masyarakat. Kini Allianz Indonesia didukung oleh lebih dari 1,200 karyawan dan lebih dari 16,000 tenaga penjualan di lebih dari 100 kantor pemasaran di 53 kota.

³⁹ www.Allianz.co.id. Diakses 03 Juli 2018

Kekuatan tersebut ditunjang oleh jaringan mitra perbankan dan mitra distribusi lainnya untuk melayani lebih dari 6 juta tertanggung di Indonesia.

Allianz Indonesia menawarkan solusi lengkap yang terdiri dari seluruh kategori utama dalam lini produk asuransi jiwa dan umum, bagi nasabah maupun perusahaan. Solusi tersebut dapat dilengkapi dengan inovasi yang senantiasa dikembangkan seiring dengan gaya hidup nasabah, serta perkembangan ekonomi dan sosial. Saat ini Allianz mempunyai delapan jenis asuransi jiwa dengan delapan manfaat tambahan.

Dalam bidang asuransi mikro, Allianz mempunyai asuransi Payung Keluarga yang memberikan perlindungan asuransi jiwa kredit apabila peserta (debitur) meninggal dunia karena sakit atau kecelakaan selama jangka waktu kredit dengan cara bekerja sama dengan BPR (Bank Perkreditan Rakyat) hingga dapat menjangkau masyarakat dengan ekonomi rendah. Saluran distribusi atau penjualan Allianz Indonesia sebagian besar mengandalkan sistem keagenan dan jalur distribusi lainnya seperti broker, *account executive* dan *Bancassurance*. Dan pada tahun 2014, Allianz bergabung dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan membuat rancangan strategi literasi keuangan.

d. Tentang Allianz di Kota Palu

Perkembangan New Vision di Kota Palu, tepatnya pada tanggal 17 Agustus 2016 New Vision agency Kota Palu Sulawesi Tengah berdiri. Dalam perkembangan New Vision Palu berkomitmen untuk menjalankan Visinya yaitu mewujudkan masyarakat Sulawesi Tengah Khususnya Kota Palu yang mapan

finansial dan sampai saat ini di tahun 2017 menjelang tahun 2018 nasabah Allianz New Vision Palu sekitar 2000 tetanggung.

Allianz merupakan perusahaan asuransi yang berpusat di Jerman. Allianz berdiri di Palu pada tanggal 17 Agustus 2016, akan tetapi sudah beroperasi semenjaka bulan November 2015. Sebelum beralih ke Allianz dahulunya perusahaan ini merupakan asuransi Prudential, yang kemudian karena adanya beberapa pertimbangan akhirnya memutuskan untuk beralih ke Allianz Life. Allianz agency palu yang nama agencynya yakni Allianz Fushion didirikan oleh Ibu Angel yang bertempat di Rukan D'Vatulemo Jln. Moh. Yamin No.7. Allianz ini hanya merupakan kantor agency, untuk wilayah Indonesia bagian timur kantor cabang Allianz dari pusat hanya ada di Makassar.

Jumlah nasabah Allianz di kota Palu semenjak beroperasi sampai dengan sekarang yakni berjumlah \pm 120 nasabah. Jumlah agen asuransi allianz di kota Palu yang terdaftar pada tahun 2018 yaitu \pm 61 orang yang telah bersertifikasi, jumlah itu begitu kecil dibandingkan dengan potensi pasar yang tersedia. Keterbatasan sumber daya manusia yang terjadi berujung pada kekecewaan konsumen.⁴⁰

2. Gambaran Managemen PT. Asuransi Allianz Agency palu

a. Logo Perusahaan

Logo merupakan Identitas perusahaan dalam membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, maupun antara satu merek dengan merek lainnya. Kesuksesan Allianz di industri asuransi tidak lepas dari *brand* Allianz

⁴⁰Aisyah, (Administrasi Agency, PT. Asuransi Allianz Kota Palu), *wawancara* di kantor Allianz Agency Palu tanggal 03 Juli 2018

yang sudah diakui sebagai *brand* yang besar di industri asuransi dan keuangan dunia.

Gambar 1.1

Logo PT. Asuransi Allianz Agency Palu



b. Visi Misi PT. Asuransi Allianz Agency Palu

Sebagai cabang dari asuransi pusat, Visi, Misi yang dijadikan sebagai dasar kerja PT. Asuransi Allianz Agency Palu tidak berbeda dengan asuransi PT Asuransi Allianz Utama Indonesia, yaitu :

1. Visi Perusahaan

Sesuai dengan visi perusahaan, untuk menjadi perusahaan yang terpercaya Allianz harus memperhatikan citra merek-nya di tengah masyarakat. Karena basis roda pergerakan industri jasa dimotori oleh kepercayaan.

2. Misi Perusahaan

Untuk mendapatkan pengakuan atas citra atau reputasi sebuah merek bahwa sebuah merek itu bagus dan dapat dipercaya masyarakat, dibutuhkan strategi-strategi komunikasi yang tepat. Sebagai perusahaan jasa, layanan yang diberikan tidak dapat langsung dirasakan secara langsung. Faktor inilah yang

membuat citra sebuah perusahaan atau merek menjadi unsur yang sangat penting. Saat ini, Allianz menggunakan *Net Promotor Score* untuk mengukur tingkat kepuasan layanan di tengah masyarakat.

3. Motto Perusahaan

Allianz Indonesia dapat menjadi asuransi yang dapat dipercaya dan paling dikagumi di Indonesia.

3. Struktur Organisasi PT. Asuransi Allianz Agency Palu

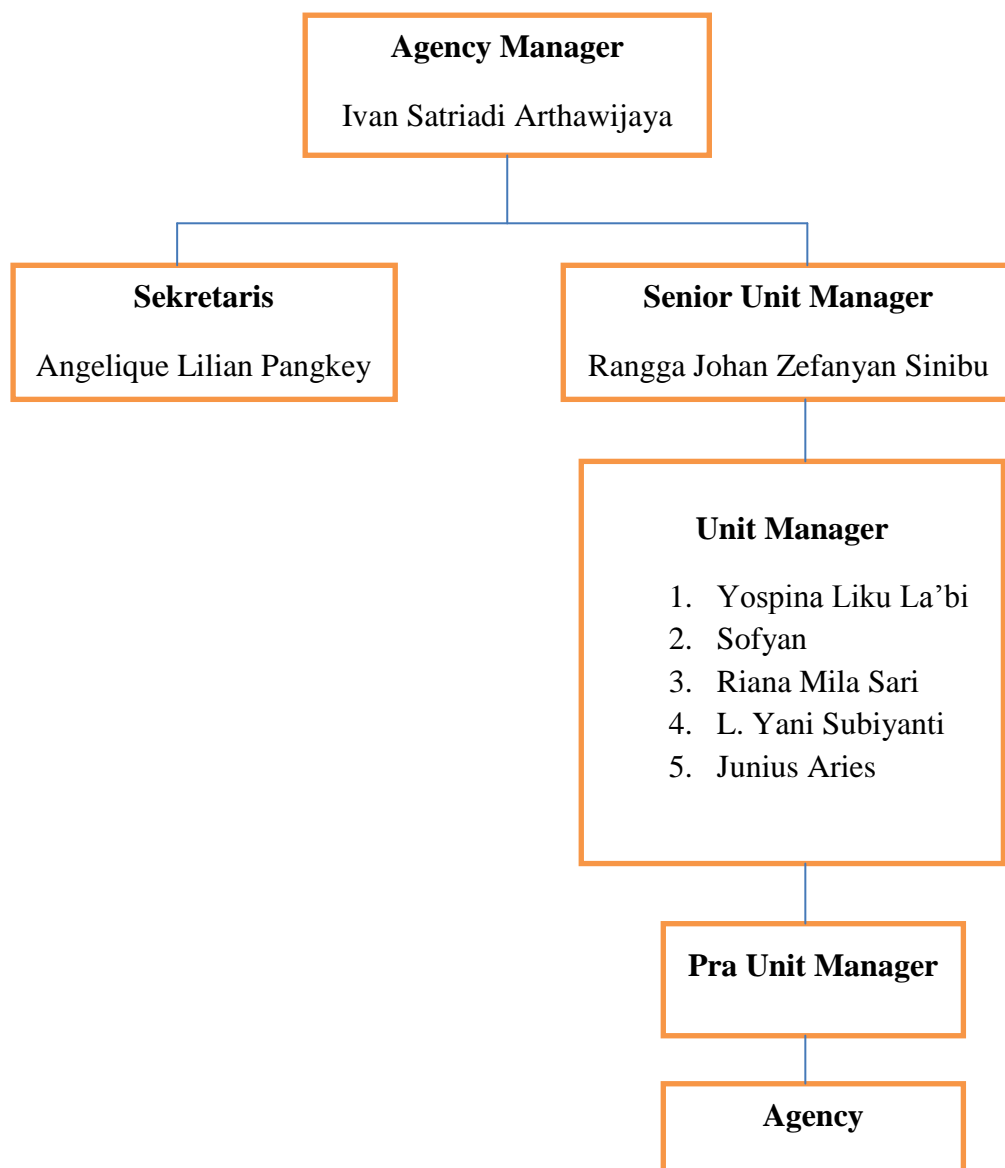
Dalam penyusunan suatu struktur organisasi merupakan langkah yang sangat penting sebelum kegiatan lainnya dilaksanakan, karena dalam kenyataan bahwa tujuan akan lebih mudah dicapai dengan adanya struktur organisasi dan akan kelihatan lebih jelas dalam hal pembagian tugas dan tanggung jawab. Sehingga memudahkan untuk mengarahkan dan mengawasi dalam hal pelaksanaan kegiatan yang telah direncanakan terlebih dahulu. Adapun struktur organisasi pada PT. Asuransi Allianz agency Palu, sebagai berikut:⁴¹

⁴¹Ivan Satriadi Arthawijaya, (Agency Manager PT. Asuransi Allianz Agency Palu), *Wawancara* di kantor Allianz Agency Palu pada tanggal 29 Juni 2018

Gambar 1.2**BAGAN STRUKTUR ORGANISASI**

Allianz Agency Palu

Tahun 2018



Sumber: PT. Asuransi Allianz Agency Palu 2018

Sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari visi misi perusahaan PT. Asuransi Allianz agency Palu yaitu pondasi yang merupakan dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakan dengan perusahaan lain.

1. Nilai Inti Perusahaan

- a. Berinovasi dan menciptakan peluang kita mengejar anisiatif baru dan menantang diri kita sendiri untuk menciptakan peluang.
- b. Mendemonstrasikan perawatan dan pemahaman, kami memahami dan peduli terhadap kebutuhan dan harapan pelanggan, karyawan agen, mitra dan pemegang saham.
- c. Berkolaborasi, kami mendorong keterbukaan, rasa saling percaya dan kerja sama seluruh organisasi.
- d. Memberikan keunggulan, kami memenuhi janji dan menyampaikan pada harapan yang jelas, mempertahankan integritas kita setiap saat

2. Budaya Perusahaan

PT. Asuransi Allianz Agency Palu mengembangkan budaya perusahaan yang sejalan dengan standar nilai yang dianut oleh Allainz Utama Indonesia, dimana perusahaan dipilih untuk memberikan solusi kebutuhan asuransi dan rencana keuangan.

Dalam wawancara ini mengenai struktur Organisasi Managemen Perusahaan, *agency* perusahaan *PT. Asuransi allianz Agency Palu*, Ibu Wardah selaku bagian Administrasi mengemukakan bahwa struktur allianz agency terdiri atas seorang Presiden Direktur (*President Director*) yang langsung membawahi 2 devisi yaitu *Internal Audit* serta *Legal* dan *Compliance*. Presiden Directur dibantu

oleh 4 (empat) orang setingkat Direktur, yaitu Direktur Keuangan (*finance Director*), Direktur Operasional (*Chief Operations Officer*), Direktur *cooporate* dan *Marketing Communications* (*cheif Agency Officer*) dan Direktur *Agency* (*Cheif Agency Officer*). Selain dibantu oleh 4 orang Direktur, Presiden Direktur di dalam merencanakan, menetapkan dan menjalankan strategi perusahaan, maka Presiden Direktur dibantu oleh sebuah komite yang disebut dengan *Senior Managemen Team*. Melalui *Senior Managemen Team* inilah biasanya pendapat tentang berbagai kegiatan dalam perusahaan dikumpulkan dan didiskusikan melalui rapat mingguan komite.⁴²

4. Dewan Pengawas Syariah PT. Asuransi Allianz Agency

PT. Asuransi Allianz telah mendirikan Unit Usaha Syariah pada tahun 2016 dan asuransi syariah memiliki dewan pengawas syariah (DPS) yang bertugas mengawasi secara langsung manajemen, program, serta kebijakan investasi agar selaras dengan syariat Islam. Menurut surat No. U-079/DSN/MUI/III/2007. Dewan Syariah Nasional MUI menetapkan Dewan pengawas Syariah untuk Asuransi Allianz, yang terdiri dari :

- | | |
|---|-----------|
| a. Dr. H Anwar Ibrahim | (Ketua) |
| b. Ir. H Adiwarmanto A. Karim, MBA,MAEP | (Anggota) |
| c. H. Ahmad Nuryadi Asmawi, LL.b,MA | (Anggota) |

⁴²Wardah, (Administrasi Agency, PT. Asuransi Allianz Kota Palu), wawancara di kantor Allianz Agency Palu tanggal 04 Juli 2018

B. Peranan Agen PT. Asuransi Allianz Agency Palu Dalam Meningkatkan nasabah

Bagi perusahaan asuransi jiwa yang menggunakan sistem keagenan, keberhasilan perusahaan dalam penjualan programnya tergantung pada para agennya. Perusahaan asuransi seringkali bertindak sebagai agen atau perantara dari pemilik perusahaan dari pada memiliki secara langsung saham perusahaan. Secara teori, para agen memiliki kemampuan yang sangat besar untuk melakukan kebijakan perusahaan yang dimilikinya melalui pendekatan atau kunjungan langsung kepada nasabah dan memberikan service agar supaya nasabah merasa puas dan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan tersebut.

Telah menjadi suatu kepercayaan bahwa peran agen asuransi harus memiliki kemampuan yang lebih untuk memantau dan memberikan prospek kepada nasabahnya. Kesuksesan penjualan sangat tergantung pada kinerja para agen karena dari agenlah program asuransi dapat samapi ke nasabah. Agen juga yang dapat menciptakan kebutuhan dan motivasi pembelian nasabah akan program asuransi.

Agen profesional adalah orang yang terlatih dalam penjualan sehingga dimanapun mereka ditempatkan dapat dipastikan akan senantiasa sukses dalam penjualan. Membekali diri tentang program asuransi, mereka berusaha untuk mengetahui kebutuhan calon pembeli, mengidentifikasi dan motivasi pembelian dengan menyenangkan, Untuk itu pekerjaan agen sangat diminati oleh kalangan

eksekutif muda yang energik, berbakat, dan ingin maju dalam karier penjualan yang sukses.⁴³

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

Dalam meningkatkan kinerja penjualan yang berkesinambungan, kerangka penjualan yang terorganisasi harus dilaksanakan dengan konsisten, yaitu dengan memulai dengan prospecting, melakukan pendekatan, mendapatkan fakta dan informasi yang konstruktif sebagai bahan presentasi yang efektif, mengetasi keberatan prospek dan solusinya, presentasi, penutupan sehingga mendapatkan pembeli atau nasabah yang setia. Apabila agen dapat membangun dan membina nasabahnya maka agen tersebut dapat dikatakan sebagai agen profesional atau berkualitas dan agen tersebut mampu membuktikan kinerja sebagai agen yang sukses.

Dalam perusahaan asuransi sistem keagenan memiliki peran yang sangat penting, diantaranya tanpa adanya agen perusahaan tidak akan berjalan, maka dari itu agen harus dapat meningkatkan nasabahnya. Dari penjelasan diatas dapat

⁴³Gembira Pinem, (Agen PT. Asuransi Allianz Agency Kota Palu), Wawancara, di kantor Allianz Agency Palu tanggal 05 Juli 2018

disimpulkan bahwa agen memiliki peranan dan fungsi yang sangat penting bagi nasabah terutama bagi perusahaan dalam menjalankan perusahaannya.

1. Usaha Agen Dalam Meningkatkan Nasabah

a. Kunjungan Langsung

Kunjungan langsung merupakan kegiatan mengunjungi prospek tanpa membuat janji sebelumnya. Kegiatan ini adalah kegiatan yang sangat sulit dilakukan dan hanya para agen yang berpengalamanlah yang mampu melaksanakannya. Kunjungan langsung akan memberikan kemudahan apabila memiliki pemahaman yang luas tentang asuransi. Umumnya kegiatan ini dilakukan para agen untuk mengisi waktu luang guna untuk mengasah ketrampilannya dalam melakukan pendekatan terhadap konsumennya.⁴⁴

b. Prospekting

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

c. Pendekatan

Kegiatan agen asuransi dalam tahap awal melakukan kegiatan dengan menghubungi prospek sebab tanpa prospek yang cukup, agen tidak akan mendapatkan konsumen. Konsep kerangka penjualan sangat besar peranannya dalam bentuk ketrampilan untuk melakukan pendekatan, adapun metode agen untuk menghubungi prospek yaitu sebagai berikut :

⁴⁴Nasrun, (Agen PT. Asuransi Allianz Agency Kota Palu), Wawancara, di kantor Allianz Agency Palu tanggal 06 Juli 2018

1. Pendekatan Langsung

Agen langsung mendatangi prospek tanpa membuat suatu perjanjian terlebih dahulu, agar nasabah mendapatkan kesan yang baik dalam pertemuan tersebut. Karena kesan pertama terhadap nasabah sangat menentukan berhasil tidaknya penjualan.⁴⁵

d. Pencarian fakta

Setelah seorang agen sudah mulai berhubungan dengan calon nasabah maka ia harus mencari tahu siapa yang akan diprospek. Untuk itu terlebih dahulu harus tahu ciri-ciri yang prospek seperti hobi, kebiasaan sehari-hari, siapa saja relasinya, apa usahanya, bagaimana pertumbuhan usahanya, apa kelebihan bagaimana sifatnya dan lain-lain. Data tersebut diperlukan untuk memudahkan dalam melakukan wawancara penjualan dan menghindari kesalahan, persepsi kita terhadap prospek.

e. Presentasi Program

Presentasi program merupakan pemberian penjelasan mengenai produk asuransi yang ditawarkan. Dengan proses-proses pelaksanaan sebagai berikut.

1. Memperkenalkan diri dan perusahaan yang diwakili.
2. Memberitahukan tentang fakta kebutuhan keluarga dan program yang sesuai.
3. Memberi saran pemecahannya dengan menggelar program.
4. Berusaha agar dapat menyentuh perasaan pikiran prospek.

⁴⁵Anwar, (Agen PT. Asuransi Allianz Agency Kota Palu), Wawancara, di kantor Allianz Agency Palu tanggal 07 Juli 2018

f. Penyerahaan Polis

Pelayanan secara aktual dimulai sejak polis diserahkan kepada nasabah, oleh karena itu seorang agen asuransi harus berani mengeluarkan biaya untuk membangun hubungan yang baik dengan para nasabahnya. Berikut ini kunci keberhasilan seorang agen agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya :

1. Layani dan jawab dengan jujur semua pertanyaan serta keluhannya para nasabah atas produk dan pelayanan yang kita berikan.
2. Hindari perdebatan dengan nasabah , karena mereka akan selalu bertanya sebelum memahami fungsi dan manfaat asuransi.
3. Berikan perhatian dan pemahaman produk akan resiko kematian, masa depan dan harapan untuk nasabah.
4. Senantiasa bersifat optimis terhadap nasabah dan lakukan pelayan pribadi seperti saudara sendiri.
5. Memperbanyak sosialisai kepada masyarakat tentang seberapa pentingnya berasuransi.

g. Penutupan (Closing)

Pada tahap penutupan ini bukanlah akhir dari aktivitas penjualan asuransi yang terencana, melainkan awal dari pelayanan resmi suatu penjualan kepada pelanggan atau nasabah karena kontrak asuransi adalah kontrak jangka panjang.

2. Faktor Yang mempengaruhi Agen Dalam Meningkatkan Nasabah

Terjadinya peningkatan agen terhadap nasabah menimbulkan persaingan semakin ketat didalam dunia asuransi. Persaingan ini menyebabkan agen harus

berpikir bagaimana caranya agar asuransi tetap menjadi pilihan masyarakat dan tidak ditinggalkan nasabahnya. Diantaranya dengan berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan, sehingga agen dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam dunia asuransi pelayanan agen merupakan hal yang paling penting dan utama untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah.⁴⁶

Perusahaan asuransi sangat tergantung terhadap agen (tenaga penjual) untuk menjual program asuransi untuk itu perusahaan banyak membuat program pembekalan terhadap agen agar dapat meningkatkan pengetahuannya berupa:

1. Trening tentang keunggulan perusahaan.
2. Melayani nasabah yang baik.
3. Motivasi setiap hari berjalan.
4. Pendamping dari manager-manager.

Karena agen adalah orang yang bertemu langsung dengan nasabah sehingga agen harus membekali diri dengan pemahaman akan program asuransi yang dipasarkan kepada masyarakat, para agen juga harus sering mengikuti trening dan seminar agar dapat meningkatkan pengetahuan, berkomunikasi dengan baik, dan sering latihan.

Adapun faktor yang mempengaruhi peranan agen dalam meningkatkan nasabah yaitu:

- a. Faktor agen, yang berkaitan dengan hubungan antara manusia dengan kemampuan dalam melayani nasabah.

⁴⁶Buyung, (Agen PT. Asuransi Allianz Agency Kota Palu), Wawancara, di kantor Allianz Agency Palu tanggal 08 Juli 2018

- b. Faktor proses, dimana berkaitan dengan ketepatan, keandalan, serta ketanggapan agen dalam memprospek nasabah.
- c. Faktor bukti fisik, berkaitan dengan peralatan dan sarana yang mendukung pelayanan.

C. Perspektif Ekonomi Syariah Tentang Peranan Agen Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah PT. Asuransi Allianz Agency Palu

Kesuksesan penjualan program asuransi sangat tergantung pada kinerja para agen, karena dari para agenlah program-program asuransi dapat disampaikan ke nasabah. Modal dasar dari seorang agen adalah perasaan yang dengan kata lain merupakan kesiapan mental, agar tidak putus asa saat menghadapi penolakan. Untuk menghadapi masalah tersebut, maka seorang agen asuransi harus selalu membekali diri dengan program-program asuransi untuk memprospek calon nasabah.

Agen Asuransi Allianz Agency Palu dimana dalam meningkatkan nasabahnya mereka hanya mengejar fee, artinya mereka hanya berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah yang banyak agar mendapatkan keuntungan yang besar, dan perusahaan Asuransi Allianz juga tidak punya tanggung jawab untuk mensyariatkan atau menyebarluaskan akan tetapi mereka hanya menyediakan jika nasabah butuh. Dalam Islam mengejar keuntungan itu memang diharuskan akan tetapi tidak harus berlebihan. Adapun pandangan perspektif Ekonomi Islam beberapa tindakan yang harus dilakukan dalam meningkatkan nasabah yaitu sebagai berikut:

1. Pola Kerja Agen

Bagi perusahaan yang menggunakan jalur distribusi melalui penjualan langsung (*direct selling*) penjualan langsung maka peranan agen menjadi faktor yang sangat menentukan untuk keberhasilan penjualan. Maka untuk setiap agen harus diberikan pendidikan dan pelatihan yang mencakup hal-hal sebagai berikut:

- a. Pengetahuan tentang profil perusahaan
- b. Pengetahuan produk
- c. Teori pemasaran
- d. Pemantapan *aqidah* dan *akhlaq*

Selasai mendapatkan pendidikan, seorang agen di beri pelatihan bagaimana tahapan-tahapan melakukan penjualan dengan cara berinteraksi langsung ke calon nasabah, tetapi di bawah pengawasan agen senior.

Adapun tahapan tersebut sebagai berikut:

a. Prospekting

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

Yang dimna meliputi:

1. Pengamatan sendiri, melalui
 - a. Buku telepon
 - b. Buku daftar bisnis
 - c. Media cetak atau elektronika
 - d. Kenalan atau tetangga

- e. Lingkup sosial
- 2. Referensi, melalui
 - a. Teman
 - b. Pemegang polis
 - c. Prospek yang sudah menutup

b. Pendekatan

Pendekatan adalah proses di mana agen melakukan pendekatan terhadap prospek yang akan dituju. Adapun cara yang dilakukan melalui:

1. Kunjungan langsung ke calon nasabah
2. Menghubungi melalui telepon/*handpone*
3. Mengirimkan surat perkenalan

Pada tahap pendekatan ini maka seorang agen harus membuat kesan pertama yang baik, karena sekitar 30 detik pertama pada pertemuan pertama sangat penting dan menentukan, survei memperlihatkan bahwa 98%prospek menyatakan sangat peduli tethadap penampilan tamunya pada saat pertemuan pertama. Untuk itu, seorang agen harus dapat memperhatikan beberapa hal dibawa ini:

1. Penampilan atau pakaian yang serasi
2. Dasi
3. Sepatu
4. Tas dan
5. Alat penjual harus rapi dan bersih

c. Pencarian Fakta

Setelah seorang agen sudah mulai berhubungan dengan calon nasabah maka ia harus mencari tahu siapakah prospek kita. Untuk itu, terlebih dahulu harus tahu ciri-ciri prospek kita seperti:

1. hobi
2. kebiasaan sehari-hari siapa saja relasinnya
3. apa usahanya
4. bagaimana pertumbuhan usahanya
5. apa kelebihanya
6. bagaiman sifatnya, dan lain-lain.

Data tersebut diperlukan untuk memudahkan dalam melakukan wawancara penjualan dan menghindari kesalahan persepsi kita terhadap calon prospek. Dimana pencarian fakta dilakukan tidak lain untuk mengenal sifat calon prospek, apa yang dia butuhkan.

d. Presentasi Produk

Presentasi produk merupakan pemberian penjelasan mengenai program asuransi yang ditawarkan. Dengan memperhatikan proses-proses pelaksanaan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan diri dan perusahaan yang diwakili.

Perkenalkan diri dan penjelasan profil perusahaan dengan jujur serta profesi kita sehari-hari. Jangan menyebutkan gelar, pangkat, dan kedudukan kita.

2. Memberitahukan tentang fakta kebutuhan keluarga dan produk yang sesuai.

Penjelasan informasi tentang asuransi dengan jelas dan terbuka serta mudah di mengerti, data yang diberikan harus benar dan terbuka apabila ada pertanyaan atau data yang belum dapat kita penuhi atau jawab maka katakanlah, “Mohon maaf saya belum bisa menyajikan data dan jawaban”.

3. Menberi saran pemecahannya dengan menggelar produk.

Seorang produk biasanya suka dengan beberapa pilihan produk sehingga seorang agen yang sukses akan senantiasa membantu prospeknya untuk memilih salah satu produk dari beberapa pilihan yang ditawarkan. Semakin banyak alternatif produk yang ditawarkan untuk memperluas jaminan semakin menarik minat prospek untuk mendiskusikan jenis polis tersebut.

4. Berusaha agar dapat menyentuh perasaan pikiran prospek.

Semakin baik pemahaman dan pengertian prospek mengenai suatu program asuransi maka makin besar kemungkinannya untuk membeli program tersebut. Memberikan pengetahuan kepada prospek mengenai berbagai aspek asuransi yang begitu luas dan sedikit sulit dimengerti, dipahami, serta dapat membingungkan. Seorang agen harus dapat menerangkan dengan cara yang sederhana agar mudah di pahami.

e. Penutupan (Closing)

Dalam penutupan ini sudah ada keputusan atau sikap dari nasabah untuk membeli program yang ditawarkan dengan mengisi formulir aplikasi atau surat permintaan (SP) yang telah disediakan. Penutupan asuransi bukanlah ahir dari aktivitas penjualan asuransi yang terencana, melainkan awal dari pelayanan resmi suatu penjualan kepada pelanggan atau nasabah karena kontrak asuransi adalah kontrak jangka panjang.

2. Faktor-faktor agen dalam meningkatkan jumlah nasabah

Faktor-faktor agen dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah, antara lain:

- a. Penyusunan strategi pelayanan agen itu merupakan salah satu elemen nyata yang perlu dibuat untuk dapat mewujudkan keunggulan para agen dapat meningkatkan jumlah nasabah.
- b. Berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah, sehingga agen dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- c. Menjadi seorang agen harus bisa mengambil keputusan yang tepat untuk setiap nasabah dan menyesuaikan dengan segmentasi pasarnya.
- d. Menyusun jadwal prospeking ke nasabah, bila perlu dicatat dengan rapih dalam agenda kerja.

3. Strategi agen dalam meningkatkan jumlah nasabah

Agen mempunyai strategi yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah, diantaranya yaitu:

- a. Seorang agen mempunyai strategi memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi syariah melalui sosialisasi secara langsung.
- b. Agen juga harus mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah ada dengan berupaya untuk selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan layanan terbaiknya. Dengan demikian agen berperan dalam meningkatkan jumlah penjualan, baik melalui pasar baru, maupun dengan pasar yang sudah ada dengan menciptakan “*repeat order*”.

c. Selain itu agen juga melakukan kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi. Langkah yang dapat dilakukan agen dalam memberikan pendidikan masyarakat, diantaranya mengadakan pelatihan, ceramah dan seminar, sehingga dengan sendirinya masyarakat mempunyai kesadaran yang tinggi dan mampu menumbuhkan informasi tentang asuransi syariah.

d. Seorang agen juga harus menyeleksi resiko atas diri peserta dengan cara mengidentifikasi kemungkinan terjadinya resiko yang dihadapi peserta, mengevaluasi dan mengukur besarnya resiko yang mungkin terjadi dan menentukan metode yang terbaik untuk menangani resiko yang telah diidentifikasi tersebut. Dengan demikian, agen membantu dalam meminimalkan resiko yang dihadapi oleh perusahaan asuransi syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan akhir dari penulis skripsi ini, setelah melihat uraian-uraian pembahasan yang sudah dikemukakan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Agen mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan nasabah asuransi, diantaranya yaitu :

1. Dalam meningkatkan nasabah, seorang agen berperan memperluas pasar, terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi secara langsung. Agen juga berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan pasar yang sudah dengan berupaya untuk selalu menjaga komunikasi dengan pelanggan dalam rangka memberikan pelayanan dengan baik.

Selain itu agen berperan dalam melakukan kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi. Langkah yang dapat dilakukan agen dalam memberikan pendidikan kepada masyarakat, diantaranya mengadakan pelatihan, sosialisasi, training dan seminar, sehingga dengan sendirinya masyarakat mempunyai kesadaran akan pentingnya berasuransi. Seorang agen juga berperan menyeleksi resiko atas diri peserta dengan cara mengidentifikasi kemungkinan terjadinya resiko yang dihadapi peserta asuransi.

2. Dimana dalam Perspektif Ekonomi Syariah sikap dasar yang harus dimiliki agen atau selaku pemasar yang tercermin sikap profesionalisme dalam peranannya sebagai tenaga penjual program. Mereka harus memiliki Modal dasar sikap itu terdiri dari bertanggung jawab, mandiri, kreatif, selalu optimis, tidak mudah putus asa, jujur, dapat dipercaya dan sabar tidak panik ketika mengalami kegagalan.

B. Saran

Berdasarkan analisis data dan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran-saran untuk perkembangan dan kemajuan PT. Asuransi Allianz Agency Palu sebagai berikut:

1. Asuransi Allianz agency palu dalam mendistribusikan harus menjelaskan sebagai mana mestinya dan sejelas-jelasanya semua hal yang berkenaan dengan produk tersebut
2. Kiranya agen harus berlaku professional sebagai mana mestinya, hal ini karena melihat agen sebagai tenaga pemasaran yang punya pengaruh dalam perkembangan asuransi.
3. Terus melakukan sosialisasi mengenai visi dan misi perusahaan lebih di tingkatkan karena melihat masyarakat kota palu dan sekitarnya yang masih belum terlalu paham mengenai pentingnya berasuransi.
4. PT. Asuransi Allianz Agency Palu, kiranya dapat membuka lowongan pekerjaan untuk bergabung ke dalam struktur agency palu, lebih khususnya sarjana-sarjana yang keilmuannya berbasis syariah.

Karena didalam Asuransi Allianz ada produk syariah, agar kiranya lebih ditingkatkan sosialisasinya di masyarakat, khususnya masyarakat kota palu.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an dan *Terjemahnya*

Amrin, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2007.

Arifin, Imron. *Penulis Kualitatif Dalam Ilmu-Ilmu Sosial dan Keagamaan*, Bandung :Remaja Nodakarya, 1991.

Ali, A. Hasyim. *Pengantar Asuransi*, Jakarta Bumi Aksara, 1995yat, Syafri. *Kamus Asuransi* Jakarta: Erlangga, 1996.

Brata, Sumardisurya. *Metodologi Penelitian*, cet. II, Jakarta : Raja grafindo, 1998.

Dahlan, Abdul Azis. et al, ed. *Ensiklopedi Hukum Islam*, cet. 4, Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2000.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah* Bandung; CV. Penerbit Diponegoro, 2014.

Hartono, Sri Rezeki *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.

Hadi, Amirul. dan Haryono. *Metodologi Penelitian Pendidikan* Cet. I, CV. Pustaka setia, 1998.

Harahap, Sofyan Syafri. *Akuntansi Islam*, Jakarta, Bumi Aksara, 1997.

Keputusan Menteri Keuangan No. 425/KMK.06/2003, *Tentang Perizinan dan Penyelenggaraan Kegiatan Perusahaan Penunjang Usaha Asuransi*.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2013.

Leonardo I.P Salim, *Jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar*, 2012

Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosad Karya, 2010.

Mada Indah Nowdianty, *Universitas Gunadarma, Depok Jawa Barat*, 2009.

- Nata, Abbudin. *Metodologi Studi Islam*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Nasution, S. *Metode Research Penelitian Ilmiah* Cet. IV; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.
- Prihartono, M. Wahyu. *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*, Yogyakarta: Kanisus, 2001.
- Satria Mirsya Affandy Nasution, *Manajemen Universitas Sumatera Utara*, 2011.
- Surakhmad, Winarmo. *Dasar dan Teknik Research, Pengantar Metodologi Ilmiah* Ed. VI; Bandung : Tarsito, 1978.
- Soerono, Surjono. *Penuntun Ke Agenan Asuransi Jiwa*, Jakarta: Dewan Asuransi Indonesia, 1998.
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 252.
- Suhendi, Hendi. *Fiqih Muamalah*, Jakarta :PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sula, Muhammad Syakir. FIIS, *Asuransi Syariah (Life And General) Konsep dan Sistem Oprasional*, Jakarta, Gema Insani, 2004.

DAFTAR INFORMAN


NO	NAMA	JABATAN	PARAF
1	Ivan Satriadi Arthawijaya	Agency Manager	
2	Wardah	Sekretaris Agency	
3	Aisyah	Administrasi	
4	Gembira Pinem	Agen	
5	Nasrun	Agen	
6	Anwar	Agen	
7	Buyung	Agen	

FOTO DUKUMENTASI PENELITIAN

Kantor PT. Asuransi Allianz Agency Palu



Foto wawancara dengan Manager Allianz Agency Palu

Bapak Ivan Satriadi Arthawijaya



Wawancara dengan salah satu Agen Allianz Pak Gembira Pinem



Wawancara dengan Sekretaris Agency Ibu Wardah



Wawancara dengan salah satu bagian Administrasi Ibu Aisyah

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
NOMOR : 501 TAHUN 2017**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS
SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM IAIN PALU TAHUN
AKADEMIK 2017/2018**

- Membaca : Surat saudara : Ahmad U. Aras / NIM 14.3.12.0097 mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu dengan Judul skripsi: **Peranan Agen dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus di PT Asuransi Allianz Agency Palu).**
- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional;
4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 tentang Perubahan STAIN Palu menjadi IAIN Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor In.18/R/KP.07.6/73/2014 tentang Pengangkatan Wakil Rektor dan Dekan di Lingkungan IAIN Palu.
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Palu

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TENTANG
PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM IAIN PALU TAHUN
AKADEMIK 2017/2018**
- Pertama : 1. Dr. Marzuki, M.H. (Pembimbing I)
2. Irham Pakkawaru, SE., MSA., AK., CA. (Pembimbing II)

- Kedua : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA IAIN Palu Tahun Anggaran 2017.
- Keempat : Jangka waktu penyelesaian Skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- Kelima : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

SALINAN : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Palu
Pada Tanggal : 3 Oktober 2017



Dr. Muhammad Akbar, SH, M.Hum
NIK. 19700428 200003 1 003

Tembusan :

1. Rektor IAIN Palu;
2. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu;
3. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM
Jl. Diponegoro No. 23 Telp. 0451-460798 Fax. 0451-460165 Palu 94221
email: humas@iainpalu.ac.id - website:www.iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

: AHMAD U. ARAS	NIM	: 143120097
: SEPE, 22-02-1996	Jenis Kelamin	: Laki-laki
: Ekonomi Syariah (S1)	Semester	:
: Jl. Munif Rahman 2	HP	: 085352903383
:		

I faktor- faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan berasuransi Di PT Asuransi Allianz Agency

II
II kualitas produk dan merek terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Oppo (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan IAIN palu)

III *2/10/2017*
III agen dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam perspektif ekonomi syariah (studi kasus Di PT Asuransi Allianz palu)

Palu, *09. oktober*.....2017
Mahasiswa,

AHMAD U. ARAS
NIM. 143120097

Disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Revisi I : *Dr. Marzuli, MA*

Revisi II : *Irham Parawani, SE, MA, SR*

Dekan Bidang Akademik
Pengembangan Kelembagaan,

HILAL MALARANGAN, M.H.I.
6505051999031002

Ketua Jurusan,

Dr. ERMAWATI, M.Ag.
NIP. 197703312003122002



SURAT KETERANGAN MENELITI
NO.01/SKM/V/08/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini, Agency Manager PT. ALLIANZ PALU

Yang menerangkan:

Nama	: AHMAD U ARAS
Tempat tanggal lahir	: Sepe, 22 Februari 1996
Nomor induk mahasiswa	: 14.3.12.0097
Alamat	: Jl.Munif Rahman II

Adalah benar telah mengadakan penelitian di PT. ALLIANZ PALU.

Demikina surat keterangan ini di buat untuk di pergunakan seperlunya.

Palu, 10 Juli 2018

**PT. ALLIANZ LIFE
INDONESIA
VISION AGENCY PALU**

IVAN SATRIADI
Agency Manager

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : **Ahmad U. Aras**
 TTL : Sepe, 22 Februari 1996
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Agama : Islam
 Alamat : Desa Uedele Kec. Tojo Kab. Tojo Una-Una
 Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

B. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. Sekolah Dasar di SDN 3 Uedele Kec. Tojo Kab. Tojo Una-Una (2002-2008)
2. Sekolah Menengah Pertama (SMP 5 TOJO) Kec. Tojo Kab. Tojo Una-Una (2008-2011)
3. Sekolah Menengah Atas (SMA N 1 TOJO) Kab. Tojo Una-una (2011-2014)
4. Perguruan Tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi Islam (EI) Tahun 2014

C. Identitas Orang Tua

1. Ayah

Nama : **Udin Aras**
 TTL : Tentena, 18 September 1970
 Pekerjaan : Tani
 Agama : Islam
 Alamat : Desa Uedele Kec. Tojo Kab. Tojo Una-Una
2. Ibu

Nama : **Masna Y. Butikani**
 TTL : Uedele, 09 Februari 1977
 Pekerjaan : URT
 Agama : Islam
 Alamat : Desa Uedele Kec. Tojo Kab. Tojo Una-Una