

**STRATEGI PEMASARAN AGEN ASURANSI SYARIAH PADA PT. SUN
LIFE FINANCIAL INDONESIA CABANG LUWU TIMUR
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**



IAIN PALOPO

SKIRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Pada program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo

Oleh:

Nira Ikhwan
NIM 15.0402.0156

Dibimbing Oleh:

1. Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
2. Dr. Fasiha, M.E.I.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

**STRATEGI PEMASARAN AGEN ASURANSI SYARIAH PADA PT. SUN
LIFE FINANCIAL INDONESIA CABANG LUWU TIMUR
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**



IAIN PALOPO

SKIRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E) Pada program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palopo

Oleh:

NIRA IKHWAN
NIM 15.0402.0156

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nira Ikhwan
NIM : 15 0402 0156
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi, adalah karya saya sendiri kecuali kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah kekeliruan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari pernyataan saya ternyata tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



khwan

15 0402 0156

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. SUN LIFE FINANCIAL Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah” yang ditulis oleh Nira Ikhwan, dengan NIM. 15 0402 0156 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa 20 Agustus 2019 M. bertepatan dengan 19 Dzulhijjah 1440 H. telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 08 November 2019 M
11 Rabiul Awal 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. | Penguji I | (.....) |
| 4. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek. | Penguji II | (.....) |
| 5. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP 196102081994032001

Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP 198610202015031001

PRAKATA

اَللّٰهُمَّ اَلرَّحْمٰنُ اَلرَّحِيْمُ

بِسْمِ

اَللّٰهِ

اَللّٰهُمَّ

.

.

.

.

.

Puji syukur senantiasa kita ucapkan atas berkat rahmat Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, sehingga skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan. Shawalat kepada Nabi Muhammad saw. Yang senantiasa menjadi istri tauladan bagi kita.

Penyusunan skripsi yang berjudul “*Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah Pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*”, tidak terlepas dari hambatan yang dihadapi oleh penulis. Namun berkat dorongan dan motivasi dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikannya.

Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menghaturkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi ini yang telah banyak memberikan sumbangsih baik tenaga, waktu, financial maupun pikiran. Terkhusus untuk kedua orang tua Bapak terkasih Oleh karena itu, skripsi ini penulis dedikasikan untuk mereka kakak-kakakku dan teman-temanku, yang senantiasa menjadi salah satu motivasi penulis serta seluruh keluarga. Semoga mereka senantiasa dalam lindungan Allah.

Kepada yang terhormat:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I Dr. Rustan S, M. Hum., Wakil Rektor II Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M., dan Wakil Rektor III Dr. Hasbi M. Ag., yang senantiasa membina dan mengembangkan perguruan tinggi tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Ramlah M, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Wedek I Dr. Takdir, M.H, Wadek II Dr. Rahmawati, M.Ag, Wadek III Dr. Muhammad Tahmid Nur, M. Ag. Serta para dosen yang telah membina kami dalam menyelesaikan studi selama di IAIN Palopo.
3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. Pembimbing I dan Dr. Fasiha, M.E.I. Pembimbing II yang dengan sabar membina, mengasah dan mengarahkan penulis secara penyusunan skripsi.
4. Dr. Masmuddin, M.Ag., Kepala Perpustakaan IAIN Palopo beserta para staf yang telah memberikan pelayanan terbaik dalam menyediakan referensi yang berkaitan dengan tugas perkuliahan dan penyusunan skripsi.
5. Para Bapak dan ibu dosen serta para Staf atau karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan dan membantu penulis dengan berbagai disiplin ilmu pengetahuan, sebagai bekal penulis kedepan.
6. Ketua, Staf Karyawan dan Agen Sun Life Financial Luwu Timur yang telah bersedia bekerjasama dalam membantu memberikan informasi selama penelitian penulis.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam memberikan informasi dan menjadi referensi bagi para akademis. Dalam

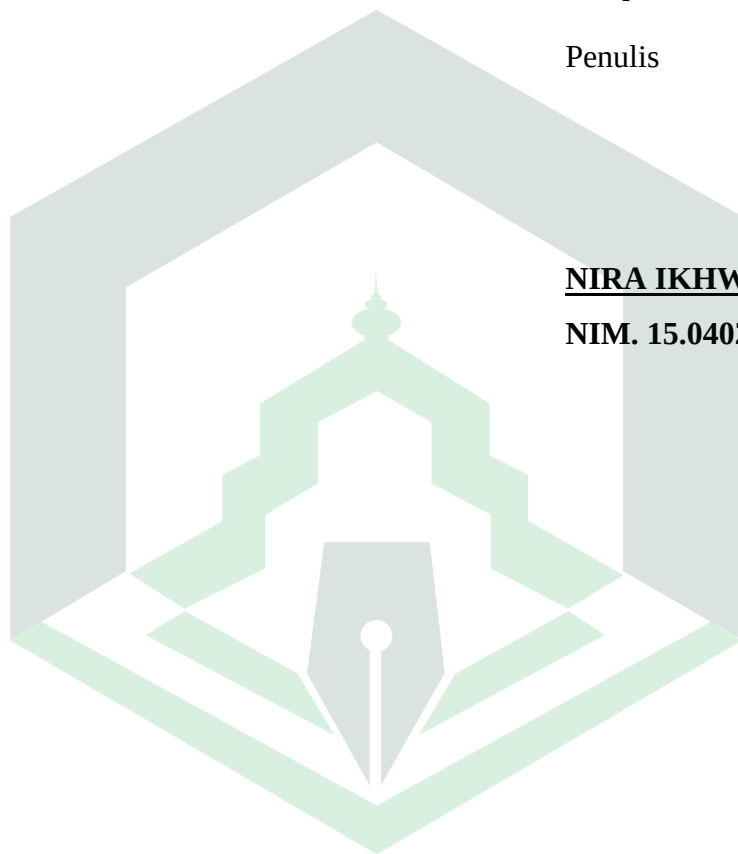
Penyusunan skripsi ini, tentu jauh dari kata sempurna. Olehnya, dibutuhkan kritik yang membangun dan saran yang solutif demi perbaikan penulis dan penelitian selanjutnya.

Palopo, 28 Januari 2019

Penulis

NIRA IKHWAN

NIM. 15.0402.0156



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN PENGUJI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING I	v
NOTA DINAS PEMBIMBING II	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Defenisi Operasional	4
 BAB II TINJAUAN PENDAHULUAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Kajian Pustaka	7
C. Kerangka Pikir.....	23
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	24
B. Jenis Penelitian	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian	24
D. Informan Penelitian	25
E. Sumber Data	25

F. Teknik Pengumpulan Data	25
G. Teknik Analisis Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian.....	27
B. Pembahasan	42
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53



IAIN PALOPO

ABSTRAK

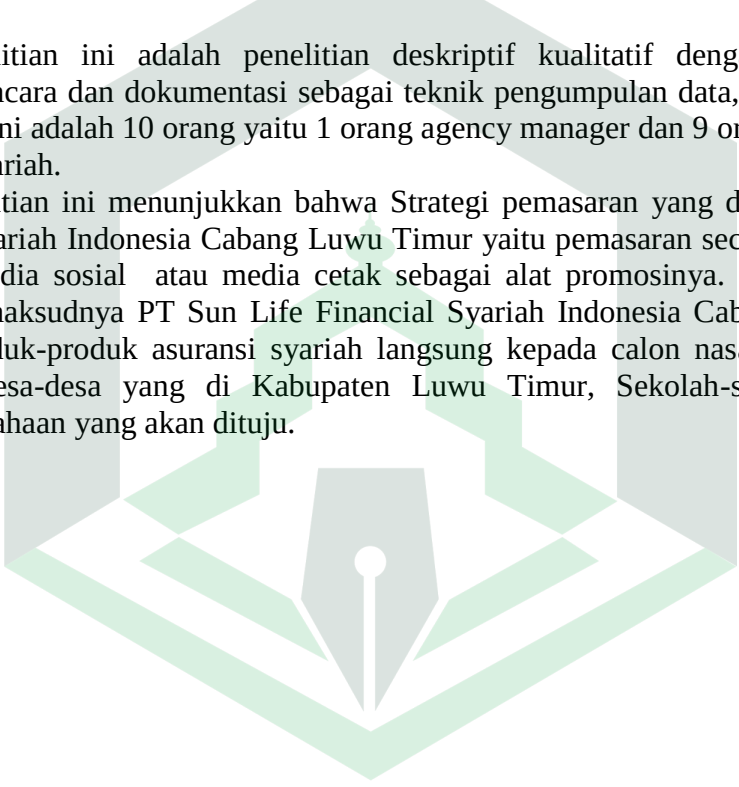
NIRA IKHWAN, 2019. “Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. SUN LIFE FINANCIAL Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pembimbing (I) Muzayyanah Jabani, ST., M.M. dan Pembimbing (II) Dr. Fasiha, M.E.I.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Agen Asuransi Syariah

Penelitian ini menggambarkan tentang Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah Pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah, di mana Rumusan Masalah penelitian ini, yaitu bagaimana strategi pemasaran agen asuransi PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah nasabah?.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan Observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data, Jumlah Informan dalam penelitian ini adalah 10 orang yaitu 1 orang agency manager dan 9 orang Agen PT Sun Life Financial Syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang digunakan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu pemasaran secara langsung, dan menggunakan media sosial atau media cetak sebagai alat promosinya. Pemasaran secara langsung disini maksudnya PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur menawarkan produk-produk asuransi syariah langsung kepada calon nasabah dengan cara sosialisasi ke Desa-desa yang di Kabupaten Luwu Timur, Sekolah-sekolah dan juga perusahaan-perusahaan yang akan dituju.



IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dilihat dari banyak berdiri lembaga keuangan yang secara operasional menggunakan prinsip bagi hasil atau biasa disebut dengan menggunakan prinsip syariah. Lembaga keuangan yang mengalami suatu perkembangan saat ini yaitu lembaga keuangan syariah yang berupa bank dan non bank. Lembaga-lembaga keuangan syariah terdiri dari bank umum syariah unit, usaha syariah dan bank perkreditan rakyat syariah. Sedangkan lembaga keuangan non bank seperti asuransi syariah. Asuransi syariah adalah lembaga keuangan yang mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Asuransi syariah mengandung maksud persiapan, perencanaan, ataupun antisipasi terhadap apa yang akan terjadi di kemudian hari.

Prinsip asuransi syariah dikenal dengan istilah Takaful yang berarti tolong menolong. Asuransi syariah adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antara jumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk asset dan atau *tabarru'* yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan Islam.¹

Semakin banyaknya perusahaan asuransi syariah di Indonesia saat ini, maka perusahaan asuransi tersebut harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan

¹ Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001

tepat untuk dapat mencapai target dan nasabah asuransi. Untuk meningkatkan jumlah nasabah, faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dengan konsumen adalah kualitas pelayanan yang baik harus dilakukan marketing bank selaku bagian dari sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat.

Agen merupakan ujung tombak keberhasilan pencapaian tujuan Perusahaan. Dimana Agen sangat berperan terhadap penawaran produk baru pada perusahaan asuransi syariah saat ini yang memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan financial baik individu maupun kelompok. Agen harus ditingkatkan kompetensinya sehingga dapat menjelaskan produk asuransi yang benar dan professional².

Melihat kondisi masyarakat di Indonesia dengan tingkat kesadarannya yang masih rendah dalam berasuransi dan banyaknya jumlah perusahaan asuransi di Indonesia tidak dihindarkan untuk meningkatkan persaingan di antara sesama pelaku usaha perasuransian. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan bisnis yang ada dan berusaha untuk meningkatkan jumlah premi dengan terus meningkatkan Strategi bisnis agen asuransi.

PT Sun Life Financial saat ini telah berkembang di Luwu Timur dan manfaatnya telah dirasakan oleh masyarakat Luwu Timur seperti penggantian biaya rawat inap, santunan meninggal dan investasi.³ Menurut Putu Pande s, S,Pd.M.M selaku *Agency Manager* mengatakan bahwa peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun meningkat, yaitu dari tahun 2013 sampai dengan saat

² Rahmawati, W. (2017). Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah. Semarang.

³ *Statement of Agen* 06 Juni 2018. Sun Life Lutim

ini sangat dipengaruhi oleh strategi Bisnis para Agen. Dimana agen-agen yang ada di Kabupaten Luwu Timur diajarkan strategi bisnis sebagai agen asuransi syariah, agar agen tersebut disegani. Keempat strategi bisnis tersebut disebut *Most Respected Agency* yang meliputi (MRA), yaitu: peduli, profesional, menginspirasi, dan unggul⁴.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dan mengkaji lebih jauh mengenai strategi bisnis agen dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. Sun Life Financial Indonesia cabang Luwu Timur sehingga dapat tetap bertahan dengan semakin berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat dengan terus mempertahankan etika - etika dan nilai – nilai bisnis dalam Islam.

Peneliti memilih PT. Sun Life Financial Indonesia sebagai tempat penelitian adalah, karena PT. Sun Life Financial Indonesia merupakan perusahaan asuransi Non Bank yang menawarkan Produk – produk syariah.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah PT. SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yaitu bagaimana strategi pemasaran agen asuransi PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah nasabah?

⁴ Putu Pande s, S,Pd.M.M.2019.selaku *Agency Manager* mengatakan bahwa peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun meningkat

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Agen Asuransi PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah Nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan praktis.

a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian bagi studi perbankan syariah, khususnya mengenai strategi pemasaran bisnis asuransi.

b. Secara praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi Perusahaan dan Masyarakat memilih asuransi untuk investasi dan perlindungan jiwa.

E. Defenisi Operasional Penelitian

1. Strategi pemasaran merupakan cara melakukan pemasaran meliputi pemetaan pelanggan, kelompok pelanggan, atau cara menawarkan sebuah produk kepada pelanggan.
2. Agen asuransi syariah adalah orang atau badan hukum yang pekerjaannya menjual jasa asuransi syariah untuk dan atas nama perusahaan dimana ia bekerja.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Nurlelah, Sahrul Falah (2017), “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin* (Npm) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Biaya Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap *Net Profit Margin*. Yang ditunjukkan dengan nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}}$ ($-2,286 > 2,042$) nilai signifikan pada uji t dapat diterapkan ($0,029 < 0,05$). Dengan ditunjukkan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$ ($-2,286 > 2,042$) dan nilai signifikan pada uji t lebih besar dari nilai signifikan yang ditetapkan ($0,029 < 0,05$). ini berarti secara parsial biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap *Net Profit Margin*. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,148 atau 14,8% independen untuk menjelaskan variabel dependen adalah 0,148 atau 14,8% sedangkan sisanya 85,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurlelah, Sahrul Falah bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Biaya Promosi Terhadap *Net Profit Margin*(Npm) Pada Perusahaan Sub Sektor Asuransi Yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran agen asuransi syariah sun life financial Luwu Timur. Persamaan penelitiannya yaitu sama-sama meneliti lembaga keuangan yang sejenis yaitu lembaga asuransi.

Devita Indriani dan M Naely Azhad (2017),”Dampak bauran pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Jasa PT. Asuransi Sinarmas Jember”. Berdasarkan hasil penelitian variabel marketing mix yang terdiri dari produk, harga, promosi dan tempat secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk jasa PT. Asuransi Sinarmas Jember. Variabel produk merupakan variabel dominan pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk jasa PT. Asuransi Sinarmas Jember.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Devita Indriani dan M Naely Azhad bertujuan untuk mengetahui Dampak bauran pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Jasa PT. Asuransi Sinarmas Jember. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran agen asuransi syariah sun life financial Luwu Timur Persamaannya yaitu sama – sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

I Gusti Ayu Intan, Wayan Gede Supartha, Putu Saroyeni. P.(2017)” Pengaruh *Self Efficacy* Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Agen Pemasaran Asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Hasil penelitian pada variabel *self efficacy* terhadap kinerja menunjukkan sig. 0,02, sehingga hipotesis alternative (H1) diterima yang berarti *self efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran. Pada variabel motivasi berprestasi terhadap kinerja menunjukkan nilai sig. 0,00 sehingga hipotesis alternatif (H2) diterima yang artinya motivasi berprestasi berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi *Equity Life* Indonesia cabang Renon Denpasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan I Gusti Ayu Intan, Wayan Gede Supartha, Putu Saroyeni bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Self Efficacy* Dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Agen Pemasaran Asuransi *Equity Life* Indonesia Cabang Renon Denpasar. Sedangkan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran agen asuransi syariah sun life financial Luwu Timur. Persamaannya yaitu sama –sama menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif.

B. Kajian Pustaka

a. Pengertian Asuransi

Asuransi syariah dikenal juga nama *tafakul* yang secara etimologi berarti menjamin atau saling menanggung, sedangkan dalam pengertian *mua'malah* berarti saling memikul risiko di antara sesama orang sehingga antara satu dan yang lain menjadi penanggung atas risiko yang lain. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), dalam fatwanya tentang pedoman umum asuransi syariah, memberikan definisi tentang asuransi. Menurutnya, asuransi syariah (*Ta'min Tafakul Tadhamun*) adalah usaha saling melindungi dan tolong menolong di antar sejumlah orang/pihak melalui investasi dalam bentuk aset dan *tabarru'* yang memberikan pola pengambilan untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah⁹

Sedangkan Peraturan Nomor 18/Pmk.010/2010 Tentang penerapan prinsip dasar penyelenggaraan usaha asuransi dan usaha reasuransian dengan prinsip

syariah juga mengatur dengan tegas bagaimana mengelola dan menjalankan asuransi syariah atau takaful.⁵ Dalam Islam berasuransi itu juga dibenarkan, sesuai dengan ayat berikut:

أَخِيهِ لَهُ

إِلَيْهِ

ayat QS. al-Baqarah: 178

Artinya:

Maka barangsiapa yang mendapat suatu pemaafan dari saudaranya, hendaklah yang memaafkan mengikuti dengan cara yang baik, dan hendaklah (yang diberi maaf) membayar [diyat] kepada orang yang memberi maaf dengan cara yang baik pula.

Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan seorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu”. Berdasarkan definisi tersebut, maka dalam asuransi terkandung 4 unsur, yaitu :⁶

- a. Pihak tertanggung (*insured*) yang berjanji untuk membayar uang premi kepada pihak penanggung, sekaligus atau secara berangsur-angsur.
- b. Pihak penanggung (*insure*) yang berjanji akan membayar sejumlah uang (santunan) kepada pihak tertanggung, sekaligus atau secara berangsur-angsur apabila terjadi sesuatu yang mengandung unsur tak tertentu.
- c. Suatu peristiwa (*accident*) yang tak tertentu (tidak diketahui sebelumnya).

⁵Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)

⁶ Pasal 246 Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD) Republik Indonesia

- d. Kepentingan (*interest*) yang mungkin akan mengalami kerugian karena peristiwa yang tak tertentu.

Menurut Djojosoedarso (2003:57), premi adalah pembayaran dari tertanggung kepada penanggung, sebagai imbalan jasa atas pengalihan resiko kepada penanggung. Dengan demikian premi asuransi merupakan :

- a. Imbalan jasa atas jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung untuk mengganti kerugian yang mungkin diderita oleh tertanggung.
- b. Imbalan jasa atas jaminan perlindungan yang diberikan oleh penanggung kepada tertanggung dengan menyediakan sejumlah uang (*benefit*) terhadap resiko hari tua atau kematian.

Mengingat fungsi utama asuransi yang sebagai pelindung terhadap resiko, sehingga secara teori apapun yang memiliki resiko tentu bisa diasuransikan. Di Indonesia sendiri beredar berbagai jenis asuransi yang dijual oleh perusahaan-perusahaan asuransi sebagai berikut :

1. Asuransi Kesehatan Ini adalah jenis asuransi yang paling banyak ditemui. Asuransi ini bisa dibeli secara langsung melalui agen asuransi, maupun diberikan sebagai bagian fasilitas kesehatan di tempat kerja. Asuransi ini berfungsi untuk menanggung biaya pengobatan ketika sakit, maupun menanggung biaya rawat inap rumah sakitnya.
2. Asuransi Jiwa Asuransi jiwa mungkin tidak terlalu populer di masyarakat Indonesia, sebagian orang mengatakan kalau umur itu kan di tangan Tuhan.

Sebenarnya fungsi asuransi jiwa bukan untuk menghindari kematian, tapi sebagai pelindung resiko buat keluarga yng ditinggalkan.

Ada dua jenis asuransi jiwa, yaitu Term Life dan Whole Life.

- a. Asuransi Jiwa Term Life Ini adalah jenis asuransi jiwa yang memiliki jangka waktu tertentu, misalnya 1,5 atau 10 tahun. Ciri-ciri asuransi term life biasanya uang setoran premi akan hangus di akhir periode, tetapi nilai uang pertanggungan untuk term life jauh lebih besar.
 - b. Asuransi Whole Term Merupakan jenis asuransi yang memiliki masa perlindungan seumur hidup. Preminya pun biasanya lebih mahal daripada term life. Asuransi jenis ini biasanya memiliki nilai tunai yang akan dibayarkan kepada kita jika sang tertanggung tidak meninggal selama kontrak. Namun sayangnya nilai uang pertanggungan asuransinya lebih kecil.
3. Asuransi Pendidikan Merupakan jenis asuransi yang melindungi pendidikan. Biasanya asuransi ini bisa digabungkan dengan asuransi jiwa. Jenis asuransi lainnya:
1. Asuransi pensiun Asuransi pensiun merupakan suatu jenis asuransi yang memberikan kepastian tersedianya dana pensiun/dana hari tua kelak, meskipun dalam perjalanan menabung atau berinvestasi ada suatu resiko yang menimpa
 - b. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah Upaya atau kegiatan perusahaan dalam mengambil kebijakan dan pedoman yang memiliki komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang dirancang untuk membangun keunggulan bersaing dalam

memenuhi dan mencapai suatu tujuan bisnis. Dengan adanya strategi bisnis ini perusahaan mampu menentukan arah perusahaan dengan mengidentifikasi dari segi pasar, pesaing, pelanggan dan lain sebagainya.⁷

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi” dan bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.⁸ Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.

Berdasarkan definisi dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah sebuah kegiatan yang biasa dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memperoleh keunggulan bersaing. Masing - masing pelaku mempunyai beragam metode, struktur dan sistematika yang beragam.⁹

Strategi bisnis perusahaan mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetahuan, divestasi, likuidasi dan joint venture.

⁷ Craig, JC dan Grant, RM (2014) . pengembangan strategi bisnis. Jakarta Erlangga.

⁸ Rangkuti, F. 2009. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

⁹ Siagian, Sondang. (2008). Manajemen Strategik. Bumi Aksara, Jakarta

c. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk mencapai “*how to win the market*” (untuk memenangkan pasar). Komponen dalam strategi pemasaran meliputi pemetaan pelanggan, kelompok pelanggan, aspek psikografis, dan lain sebagainya. Setelah diadakan pemisahan pelanggan (*segmentasi*), maka selanjutnya adalah menuju pasar sasaran (*targeting*). Ada banyak faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran antara lain: ¹⁰

1. Segmentation (*segmentasi*)

Segmentasi merupakan simpul dari penentuan perusahaan seluruh strategi, taktik dan *value* perusahaan. Segmentasi yang diikuti oleh pemilihan segmen-segmen yang akan dijadikan target pasar perusahaan, menjadi acuan dan landasan bagi penetapan *positioning*.¹¹

2. Targeting

Targeting menurut Armstrong adalah sekelompok pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan promosi perusahaan.

3. Positioning

Menurut Priansa, *Positioning* berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama.

d. Strategi Komunikasi Pemasaran

¹⁰ Priansa, B. A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

¹¹ Armstrong, P. K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Strategi komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Komunikasi pemasaran bertujuan untuk mencapai tiga tahapan perubahan yang ditunjukkan bagi konsumen tahap pertama strategi komunikasi pemasaran adalah tahapan perubahan *knowledge* (pengetahuan), dalam perubahan ini konsumen mengetahui adanya keberadaan sebuah produk, untuk apa produk itu diciptakan, dan ditujukan kepada siapa.¹²

e. *Personal Selling*

Personal selling sering dikatakan sebagai alat promosi yang paling efektif dalam penjualan suatu produk jasa khususnya asuransi. Bentuk dari *personal selling* ini adalah komunikasi dua arah antara sales people dalam hal ini agen.¹³ Agen dapat melakukan strategi pemasaran dengan pendekatan *personal selling*. *Personal selling* (penjualan pribadi) menurut Kotler adalah saran promosi yang dapat dikatakan paling berhasil guna terutama dalam membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli.¹⁴

3. Agen

Agen menurut UU perasuransian No 40 tahun 2014, agen asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi atau perusahaan asuransi syariah memasarkan

¹² Priansa, B. A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.

¹³ Istiharini. (2003). Peranan *Personal Selling* Sebagai Salah Satu Alat Promosi Dalam Asuransi. *Bina Ekonomi*

¹⁴ Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga .

produk asuransi atau produk asuransi syariah. Dalam dunia asuransi dikenali istilah agen asuransi yang merupakan perantara dari perusahaan asuransi dengan tertanggung baik dalam penutupan pertanggungan dan penyelesaian klaim.

Agen asuransi dapat didefinisikan sebagai seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung (perusahaan asuransi).¹⁵

Seorang agen asuransi akan membuat terjadinya kesepakatan antara pihak pengguna asuransi (tertanggung) dengan pihak perusahaan asuransi (penanggung), di mana kesepakatan tersebut akan diatur dalam sebuah perjanjian asuransi. Dengan mengacu pada pengertiannya, maka ketika seseorang akan menggunakan layanan sebuah asuransi dari perusahaan asuransi tertentu, orang tersebut akan berhubungan/berurusan dengan seorang agen asuransi yang bekerja untuk perusahaan asuransi tersebut.

Seorang agen asuransi hanya bisa bekerja untuk satu perusahaan asuransi saja, berbeda dengan agen lainnya yang bisa memegang dua atau beberapa produk dari perusahaan yang berbeda. Hal ini membuat seorang agen asuransi bisa memiliki waktu dan perhatian yang hanya terfokus pada satu perusahaan tempatnya bernaung saja, sehingga pemasaran yang dilakukannya juga bisa berjalan dengan maksimal dan lancar.

Sebagaimana kita ketahui, produk asuransi adalah salah satu produk yang terbilang sulit untuk dijual. Hal inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa

¹⁵ Pasal 1 ayat 10 UU No.2 Tahun 1992

seorang agen asuransi dianggap sebagai tenaga pemasaran yang handal dan tahan banting jika dibandingkan dengan tenaga pemasaran dari berbagai produk lainnya.

Asuransi tentu banyak macamnya. Mengingat fungsi utama asuransi yang sebagai pelindung terhadap resiko, sehingga secara teori apapun yang memiliki resiko tentu bisa diasuransikan. Di Indonesia sendiri beredar berbagai jenis asuransi yang dijual oleh perusahaan-perusahaan asuransi sebagai berikut :

4. Asuransi Kesehatan Ini adalah jenis asuransi yang paling banyak ditemui.

Asuransi ini bisa dibeli secara langsung melalui agen asuransi, maupun diberikan sebagai bagian fasilitas kesehatan di tempat kerja. Asuransi ini berfungsi untuk menanggung biaya pengobatan ketika sakit, maupun menanggung biaya rawat inap rumah sakitnya.

5. Asuransi Jiwa Asuransi jiwa mungkin tidak terlalu populer di masyarakat Indonesia, sebagian orang mengatakan kalau umur itu kan di tangan Tuhan?

Sebenarnya fungsi asuransi jiwa bukan untuk menghindari kematian, tapi sebagai pelindung resiko buat keluarga yng ditinggalkan.

Ada dua jenis asuransi jiwa, yaitu Term Life dan Whole Life.

c. Asuransi Jiwa Term Life Ini adalah jenis asuransi jiwa yang memiliki jangka waktu tertentu, misalnya 1,5 atau 10 tahun. Ciri-ciri asuransi term life biasanya uang setoran premi akan hangus di akhir periode, tetapi nilai uang pertanggungan untuk term life jauh lebih besar.

d. Asuransi Whole Term Merupakan jenis asuransi yang memiliki masa perlindungan seumur hidup. Preminya pun biasanya lebih mahal daripada

term life. Asuransi jenis ini biasanya memiliki nilai tunai yang akan dibayarkan kepada kita jika sang tertanggung tidak meninggal selama kontrak. Namun sayangnya nilai uang pertanggungan asuransinya lebih kecil.

6. Asuransi Pendidikan Merupakan jenis asuransi yang melindungi pendidikan. Biasanya asuransi ini bisa digabungkan dengan asuransi jiwa. Jenis asuransi lainnya: 1. Asuransi pensiun Asuransi pensiun merupakan suatu jenis asuransi yang memberikan kepastian tersedianya dana pensiun/dana hari tua kelak, meskipun dalam perjalanan menabung atau berinvestasi ada suatu resiko yang menimpa.

Ada hal yang cukup krusial dalam asuransi, yaitu kemampuan agen perusahaan asuransi dalam menjelaskan produk asuransi dengan baik dan jelas. Sebab tidak mustahil bisa terjadi salah komunikasi dan kesalahpahaman antar tenaga penjual dengan calon nasabah. Salah satu jalan yang harus ditempuh perusahaan asuransi untuk menghindari kesalahan komunikasi dan kesalahpahaman antar tenaga penjual dengan calon nasabah adalah meningkatkan profesionalisme agen penjualnya. Menurut Ketut Sendra, berkembangnya perusahaan asuransi sangat ditentukan oleh para agen asuransi. Artinya tidak ada agen, maka tidak ada polis asuransi. Agen asuransi dapat disebut sebagai ujung tombak pemasaran asuransi. Dalam memutuskan penjualan asuransi kepada calon nasabah atau pelanggan mereka mewakili perusahaan asuransi. Merekalah yang mengenal, melayani dan menguasai portopolio nasabah. Demikian dominannya

posisi agen asuransi, maka agen yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan bisnis asuransi.

Biasanya sebagian besar agen tersebut merupakan mitra bagi perusahaan asuransi, artinya mereka bukan merupakan pegawai tetap yang setiap bulan harus digaji oleh perusahaan, pendapatan mereka berdasarkan angka penjualan yang mereka peroleh. Untuk perekrutan agen biasanya tidak ditentukan berdasarkan pendidikan, biasanya lebih kepada mereka yang memiliki pergaulan yang luas. Dalam melakukan pemasaran produk asuransi, kita mengenal sistem keagenan (*ordinary agency system* atau *agency distribution system*). Karena setiap organisasi setiap perusahaan akan menempatkan aspek pemasaran atau sering disebut agen asuransi dalam mendukung kelancaran jalannya operasional perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanggungan semacam asuransi akan selalu menempatkan bidang pemasaran sebagai tulang punggung penopang kinerja perusahaan. Sistem keagenan ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu sistem kantor cabang (*branch office system*) dan sistem keagenan umum (*general agency system*). Sistem kantor cabang dibentuk dengan tujuan agar perusahaan dapat melakukan pengendalian secara optimal, meskipun perusahaan harus menanggung berbagai biaya yang cukup signifikan. Kepala cabang dituntut untuk melakukan efisiensi biaya dalam mengelola operasional kantor cabang dan menghasilkan pendapatan secara maksimal melalui agen-agen yang produktif, karena kemungkinan perlu memiliki kendali yang cukup besar dalam pengelolaan perusahaan, misalnya kemudahan dalam perluasan,

penggabungan territorial pemasaran serta pemindahan tenaga kerja dari satu cabang ke cabang lain.

Sistem keagenan umum merupakan salah satu jenis distribusi alternatif yang dapat berbentuk badan hukum maupun individu. Posisi perusahaan dengan sistem ini adalah sebagai underwriting office yang berfungsi melayani segala kepentingan mitra out sourcing berikut nasabahnya. Dalam undang-undang No. 2 Tahun 1992 Tentang Usaha Perasuransian disebutkan bahwa agen asuransi adalah seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa dalam memasarkan jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung. Regulasi ini adalah dasar hukum yang menjadi payung hukum bagi perasuransian di Indonesia baik konvensional maupun asuransi syariah, namun bagi asuransi syariah ada ketentuan lain yang mengatur selain dari undang-undang ini yaitu harus mengacu pula pada fatwa yang dikeluarkan oleh dewan syariah nasional (DSN)-MUI, diantaranya fatwa yang mengatur mengenai usaha perasuransian syariah diatur dalam fatwa DSN-MUI No. 21 Tentang Pedoman Asuransi Syariah

Seorang agen asuransi syariah harus memperhatikan beberapa hal dalam memasarkan produk asuransi syariah dari perusahaan asuransi syariah tempatnya bekerja :

1. Rabbaniyah Seorang muslim diperintahkan untuk mengingat Allah bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka, semua kegiatan bisnis hendaklah selaras dengan moralitas dan nilai utama yang digariskan oleh al-Qur'an. Al-Qur'an memerintahkan untuk mencari dan mencapai

prioritas–prioritas yang Allah tentukan didalam al-Qur'an misalnya sebagai berikut:

- a. Hendaklah mereka melakukan pencarian pahala yang besar dan abadi di akhirat ketimbang keuntungan kecil dan terbatas yang ada di dunia.
 - b. Mendahulukan sesuatu yang secara moral bersih dari pada sesuatu yang secara moral kotor, walaupun misalnya yang terakhir mendatangkan banyak keuntungan yang lebih besar daripada yang pertama.
 - c. Mendahulukan pekerjaan yang halal dari pada pekerjaan yang haram.
2. Berperilaku Baik dan Simpatik Seorang marketer muslim harus berperilaku sangat simpatik bertutur kata yang manis dan rendah hati. Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa bermuka manis berperilaku baik dan simpatik.
 3. Bersikap Adil kepada Semua Stake Holders Allah mencintai orang yang bersikap adil dan membenci orang-orang yang bersikap dzalim.
Islam telah mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung kedzaliman dan mewajibkan terpenuhinya keadilan teraplikasikan dalam setiap hubungan dagang dan kontrak–kontrak bisnis. Oleh karena itu Islam melarang bai' al-gharar, jual beli yang tidak jelas sifat–sifat barang yang ditransaksikan karena mengandung unsur ketidakjelasan yang membahayakan salah satu pihak yang melakukan transaksi
 4. Bersaing Secara Sehat (Fastabiqul Khairat) al-Qur'an melukiskan tentang persaingan positif (fastabiqul khairāt)

5. Mendahulukan Sikap Tolong Menolong Al-Quran bahkan memerintahkan kaum muslimin untuk mementingkan orang lain dari pada dirinya ketika orang lain itu lebih membutuhkan
6. Amanah Amanah bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan, secara umum amanah Allah kepada manusia yaitu ibadah dan khalifah
7. Jujur dan tidak curang
8. Sabar Dalam Menghadapi Customer dan Competitor
Secara umum dalam pengertian bahasa sabar berarti kemantapan hati tanpa goyah sedikitpun. Sabar adalah salah satu lambang keimanan.
9. Menentukan Harga (Rate) Secara Adil
10. Bekerja Secara Professional

Fungsi Agen

Peran para agen dalam industri perasuransian sangat penting. Profesi agen asuransi adalah suatu profesi yang membutuhkan orang-orang dengan integritas tinggi dan mempunyai kemampuan serta kemauan untuk melayani masyarakat secara efektif. Di negara-negara yang sudah maju seperti Amerika, negara-negara Eropa, Australia dan Jepang, memiliki polis asuransi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakatnya. Di Indonesia sampai saat ini, masyarakatnya masih banyak yang belum menyadari akan produk asuransi. Bahkan mereka yang sadar akan kebutuhannya masih harus didorong untuk ikut asuransi. Hal ini kemungkinan disebabkan pembeli asuransi masih kurang memahami tentang asuransi dan mereka kurang memiliki informasi yang jelas akan produk asuransi,

sehingga meskipun sudah ada keinginan untuk berasuransi, tetapi mereka sering menangguh–nangguhkannya. Melihat kenyataan ini maka produk–produk asuransi harus secara aktif diinformasikan kepada masyarakat umum. Hal ini menjadi perhatian penuh bagi pihak perusahaan asuransi bahwa peran agen sebagai orang yang mengenalkan, menginformasikan, dan menjelaskan ke masyarakat sangat dibutuhkan.

Secara filosofis, para agen tidak sekedar bertugas untuk menutup penjualan para pemegang polis. Lebih dari itu, mereka memposisikan diri sebagai konsultan keuangan jangka panjang bagi para nasabah. Ketika polis asuransi yang dibeli nasabah sudah terbit, bukan berarti tugas agen selesai. Mulai saat itu, mereka memiliki tugas untuk mengkonsultasikan dan membina hubungan yang baik dengan para nasabah.

Para agen akan merasa puas bila nasabah terlayani dengan baik dan mereka mendapatkan proteksi sesuai dengan skema yang diperjanjikan. Momentum ini menjadikan kepercayaan masyarakat kepada agen asuransi mengalami peningkatan. Beragam kondusivitas dan implikasi dari terbuka luasnya pasar asuransi sudah tentu mendatangkan kompensasi finansial bagi para agen.

4. Kinerja Agen

Kinerja agen asuransi merupakan konsekuensi atau hasil dari perilaku yang dilakukan oleh agen asuransi dalam mencapai tujuan organisasi, yaitu menjual produk asuransi. Pengukuran kinerja penjualan pada pendekatan hasil, yaitu volume penjualan yang bisa diperoleh dalam satu periode tertentu Busoh & Bush (1987). Untuk mendukung kinerja agen agar lebih baik dan memuaskan, terdapat

beberapa pola kerja yang harus digunakan oleh agen asuransi untuk menunjang pengembangan diri seseorang agen agar menciptakan kinerja yang baik, yaitu sebagai berikut:

a. *Prospecting*

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

b. Pendekatan Pada kegiatan ini, seorang agen dapat membuat kesan pertama yang baik, karena 30 detik pertama pada awal pertemuan sangat penting dan menentukan. Maka, cara yang perlu dilakukan adalah kunjungan langsung ke calon nasabah, menghubungi melalui telepon/handpone, mengirimkan surat perkenalan.

c. Pencarian Fakta

Setelah seorang agen sudah memulai hubungan baik dengan calon nasabah, maka ia harus mencari tahu siapkanlah prospek tersebut. Untuk itu agen terlebih dahulu mengetahui ciri – cirri prospeknya, seperti hobi, kebiasaan sehari – hari, siapa saja relasinya, apa usahanya, bagaimana pertumbuhan usahanya, apa kelebihanannya, bagaimana sifatnya, dan lain – lain. Data – data tersebut diperlukan, agar dapat memudahkan agen asuransi dalam melakukan wawancara penjualan dan menghindari kesalahan, persepsi terhadap prospek.

d. Presentasi Produk

Pola kerja ini merupakan pemberian penjelasan mengenai produk asuransi yang ditawarkan.

e. Penutup

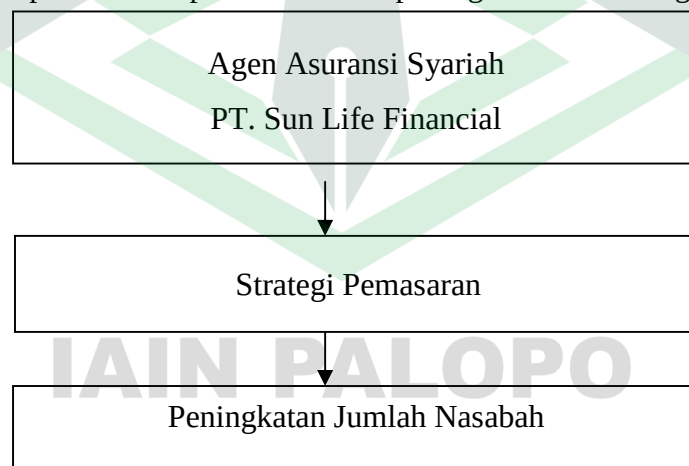
Penutupan asuransi bukanlah akhir dari aktivitas penjualan asuransi terencana, melainkan awal dari pelayanan resmi suatu penjualan kepada pelanggan atau nasabah karena kontrak asuransi adalah kontrak jangka panjang.

5. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam merupakan konsekuensi logis dari implikasi dari implementasi ajaran Islam secara *kaffah* dalam aspek ekonomi. Oleh karena itu, perekonomian Islam merupakan suatu tatanan perekonomian yang dibangun atas nilai – nilai ajaran Islam yang diharapkan, yang belum tentu tercermin pada perilaku masyarakat Muslim yang ada pada saat ini ¹⁶

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Skema Kerangka Pikir

Skema Kerangka Pikir di atas menunjukkan bahwa penulis ingin mengetahui Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah Nasabah.

¹⁶ P3EI. (2013). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Jenis penelitian deskriptif. Menurut Akbar penelitian deskriptif bermaksud membuat pemeriaan (penyandaraan) secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu, artinya jenis penelitian ini menggambarkan sebuah fenomena atau kejadian dengan apa yang sebenarnya terjadi.¹⁷

B. Jenis Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dalam Moleong mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.¹⁸ Sehingga dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif, peneliti akan dapat melihat Strategi Pemasaran Agen Asuransi PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan jumlah Nasabah ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Sun Life Financial Luwu Timur

¹⁷ Akbar, 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Erlangga.

¹⁸ Moleong, 2002. Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan keempatbelas. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 11 Januari 2019 – 19 Januari 2018.

D. Informan Penelitian

Adapun Informan Penelitian pada penelitian ini yaitu 1 orang *Agency Manager*, 9 orang Agen Sun Life Financial Syariah. Jadi Jumlah Informan dalam penelitian ini adalah 10 orang.

E. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data peneliti yang diperoleh secara langsung. Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu hasil wawancara terhadap Agen- agen PT sun Life Financial Cabang Luwu Timur.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat melalui dokumentasi peneliti terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Untuk itu, pengumpulan data yang akan dilakukan, yaitu dengan:

1. Observasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengamati Agen-agen PT sun Life Financial Luwu Timur dalam melakukan aktifitas terhadap Nasabah.

2. Wawancara

Dalam penelitian ini, pertama, peneliti melakukan wawancara dengan model pembicaraan informal dimana hal itu bergantung pada spontanitas dalam mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai, sehingga tercipta suasana biasa dan wajar seperti pembicaraan biasa dalam sehari-hari. Kedua, peneliti juga menggunakan petunjuk umum wawancara dengan membuat kerangka dan garis besar pokok-pokok yang ditanyakan nantinya dalam proses wawancara, tujuannya untuk menjaga agar pokok-pokok yang akan direncanakan dapat tercakup seluruhnya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

G. Teknik Analisis Data

Dalam proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, hasil observasi dan dokumen-dokumen yang mendukung penelitian ini, sehingga dapat dengan mudah dipahami oleh pembaca dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Untuk itu, Analisis data yang dilakukan yaitu dengan :

1. Reduksi Data (Data Reduction)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, dan membuang yang tidak perlu. Untuk itu, peneliti menyeleksi dan merangkum data yang diperoleh lalu difokuskan pada hal-hal yang berkaitan dengan fokus penelitian pada penelitian ini.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian ini, data yang disajikan yaitu dengan cara mengurai ataupun menjelaskan keadaan yang ada, sesuai dengan hasil data yang diperoleh. Penyajian dengan cara ini memudahkan dalam memahami apa yang terjadi. Sehingga, penyajian data sangat bermanfaat untuk memudahkan peneliti melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian tertentu dari penelitian. Batasan yang diberikan dalam penyajian data adalah informasi-informasi yang tersusun dan memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3. Penarikan Kesimpulan

Pada penelitian ini data yang ada dicari pola, tema, hubungan persamaan, maupun hal-hal yang sering timbul. Barulah peneliti menarik kesimpulannya dari hasil display data yang ada

BAB IV

Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Sun Life Financial Cabang Luwu Timur

Sun Life Financial berdiri pada tahun 1865 di Toronto, Canada, sebagai salah satu perusahaan Asuransi Jiwa terkemuka di Canada. Sun Life Financial berkantor pusat di Toronto, Canada. PT. Sun life Financial Indonesia hadir di Indonesia sejak tahun 1995, Sun Life Financial Indonesia terus melakukan berbagai perubahan dalam meningkatkan pelayanannya. Dengan logo yang mengambil visual “Matahari dan Bumi”, Sun Life Financial Indonesia bertekad mewujudkan filosofi dari logo baru tersebut yakni menyinari, menghimpun energi, menciptakan pertumbuhan, terencana dan menepati janji.¹⁹

PT. Sun Life Financial Indonesia sebagai perusahaan jasa keuangan profesional hadir dengan misi membantu keluarga mencapai keamanan finansial. Kantor *Agency Sun life financial* tersebar diseluruh Indonesia, termasuk di Luwu Timur. Pertama kali sunlife financial Indonesia datang ke Luwu Timur pada tahun 2008, yang diperkenalkan oleh salah satu Agen Sun Life dari Bali yaitu Dewa Made Oka, namun pada saat itu hanya dapat merekrut nasabah sebanyak 50 orang. Pada bulan Juli Tahun 2012 Sun life kembali hadir di Kabupaten Luwu Timur

¹⁹ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

yang dipromosikan oleh Agency Director Pegasus Ultra Shine Victoria yaitu Ibu Suriasih dan Ibu Susilawati.²⁰

Semangat dan juangnya sehingga Sun Life Financial bisa ada dan mendirikan kantor di Luwu Timur dengan nama Sun Life Financial Indonesia Cabang Lutim Sun Pegasus Ultra Shine Victoria Rajawali dan mengangkat seorang agen yang telah memenuhi syarat keagenan yaitu Putu Pande s, S.Pd.,M.M sebagai *Agency Manager Sun Life* Cabang Luwu Timur. Pada Bulan Oktober tahun 2012 bapak Putu Pande S, S.Pd.,MM mampu merekrut Agen atau Mitra Sun Life sebanyak 20 orang dan nasabah berjumlah 500 orang.²¹

Pada Tahun 2018 nasabah Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur berjumlah 2.500 orang dengan didampingi oleh Agen yang berjumlah 80 orang. Sun Life Financial cepat berkembang di Luwu Timur karena Sun Life Financial bergerak di bidang Asuransi Jiwa dan Wealth Management (Pengelolaan asset/ kekayaan), Sun Life Financial berada di 4 benua yaitu Asia, Amerika, Eropa, dan Australia, Sun Life Financial merupakan perusahaan yang sangat besar dan dinamis, yang tersebar di 17 negara, dan memiliki lebih dari 300 cabang serta lebih dari 8 juta orang nasabah di seluruh dunia, Sun Life Financial adalah organisasi penyedia layanan jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan berbagai macam produk jasa keuangan dan proteksi untuk nasabah

²⁰ Dwi Saraswati , Agen Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

²¹ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

individu dan korporasi. Hal itulah yang mendasari setiap langkah Sun Life Financial di Luwu Timur.²²

Melalui Proses Pemasaran yang baik dan menerapkan sistem *The Most Respected Agency (MRA)* dan *Kualitas Produk Asuransi Syariah*. Sun Life Financial memiliki tiga aspek penting yaitu perlindungan, tabungan, dan investasi. Dengan dihadirkannya ragam produk dan layanan syariah diharapkan dapat membantu masyarakat luas dalam menyusun perencanaan keuangan yang matang, sehingga idaman sebuah masa depan yang cerah dan terencana dengan keamanan finansial dapat tercapai dengan maksimal.²³

2. Sun Life Syariah

PT Sun Life Financial Indonesia terus berfokus pada nasabah dengan menawarkan berbagai produk inovatif. Pada Desember 2010, PT Sun Life Financial Indonesia meluncurkan bisnis syariah yang memungkinkan berbagi mengenai nilai dan konsep syariah serta membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan nasabah akan produk asuransi syariah.

PT Sun Life Financial Syariah Indonesia berkomitmen untuk memberikan layanan Asuransi Syariah yang terbaik bagi seluruh masyarakat Indonesia. Peluncuran produk syariah pada tahun 2010 itu dilanjutkan dengan Pembentukan

²² Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

²³ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

distribusi Syariah pada tahun 2014 adalah wujud komitmen sunlife. Pembentukan distribusi syariah adalah yang pertama di industri asuransi.²⁴

3. Struktur *Agency Syariah PT Sun Life Financial Cabang Luwu Timur*

Daftar Nama *Agency Syariah PT Sun Life Financial Cabang Luwu Timur* terdapat pada tabel 2.1. berikut:²⁵

Tabel 2.1. Daftar Nama *Agency Manager dan Agen Koordinator PT Sun Life Financial Cabang Luwu Timur*

No	Nama	Jabatan
1	Putu Pande Suartama, S.Pd.,MM	Agency Manager
2	Dewi, S.Tr.Keb	Staff Admin
3	Fitriyani, S.P	Agen Koordinator
4	Ketut Murtika, S.P	Agen Koordinator
5	Budiman, S.KOM	Agen Koordinator
6	Yohanes Kalla Allo, S.Pd.,M.Pd	Agen Koordinator
7	Saraswati, SE	Agen Koordinator
8	Drs. Hiskia Jama, M.Pd	Agen Koordinator
9	Nyoman Saira	Agen Koordinator
10	Dahlia, SE	Agen Koordinator

²⁴ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

²⁵ Data Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

4. Visi dan Misi Sun Life Financial Luwu Timur

a. Visi

Visi Sunlife Financial Luwu Timur yaitu Menjadi salah satu dari lima perusahaan asuransi jiwa terbesar di Luwu Raya.

b. Misi

Misi Sunlife Financial Luwu Timur yaitu Membantu keluarga Masyarakat Luwu Timur mencapai kesejahteraan dengan keamanan finansial.

Berdasarkan Visi dan Misi tersebut perlu adanya pencapaian target dalam hal ini untuk mencapai suatu visi dan misi tersebut harus dimulai dari Pemasaran. Sebab, pemasaran adalah ujung tombak dari perusahaan. PT Sun Life Financial Indonesia harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing dan menguasai pasar di Luwu Timur.²⁶

5. Strategi Pemasaran Agen Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur

Langkah-langkah Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh para Agen PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur adalah dengan melakukan:

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses pengelompokan ke dalam kelompok pembeli yang potensial yang memiliki kebutuhan yang sama dan atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama. Kotler, Kertajaya, Huan dan Liu menyatakan bahwa segmentasi pasar adalah melihat pasar secara

²⁶ Data Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

kreatif, segmentasi merupakan seni mengidentifikasi peluang-peluang yang muncul dipasar. Menurut Putu Pande s,S.Pd.,MM mengatakan bahwa:

“Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabahnya, pertama-tama yang dilakukan oleh *Agency Management* PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan penelitian pasar atau riset pemasaran. Dalam kebutuhan dan keinginan nasabahnya, ternyata PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan sesuai yang diinginkan oleh calon nasabah. Adapun yang diidentifikasi berupa umur, yaitu usia anak minimal 3 bulan dan maksimal 25 tahun. Kesehatan, kesehatan disini maksud nya sehat secara fisik maupun mental ataupun tidak mengidap penyakit dalam seperti jantung, kanker, tumor dan lain-lain. Keuangan, maksudnya dilihat dari segi ekonominya apakah sudah termasuk golongan menengah ke atas atau belum”²⁷

Berdasarkan Pernyataan di atas bahwa segmentasi pasar bertujuan melihat pasar secara kreatif, segmentasi merupakan seni mengidentifikasi peluang-peluang yang muncul dipasar melalui penelitian pasar atau riset pemasaran.

Targeting (Pasar Sasaran)

Setelah perusahaan mengidentifikasikan peluang segmen pasar, selanjutnya adalah mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk memutuskan segmen mana yang menjadi target market. Kotler berpendapat bahwa dalam mengevaluasi segmen pasar yang berbeda perusahaan harus melihat daya tarik pasar secara keseluruhan serta tujuan dan sumber daya perusahaan. Perusahaan harus melihat apakah suatu segmen potensial memiliki karakteristik yang secara umum menarik seperti ukuran, pertumbuhan profitabilitas, skala ekonomi, resiko yang rendah dan

²⁷ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, Wawancara, Pada Tanggal 16 Januari 2019

lain-lain. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan apakah berinvestasi dalam segmen tersebut masuk akal dengan mempertimbangkan tujuan dan sumber daya perusahaan. Menurut Dahlia selaku Koordinator Agen bahwa:

“Penetapan market targeting yang dilakukan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur melalui proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dengan memilih kelompok menjadi segmen pedagang, buruh, karyawan atau pegawai negeri sipil dan lain-lain di Kabupaten Luwu Timur. Dari segmen yang telah dibuat oleh PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memilih satu atau lebih untuk pasar yang akan dimasuki sebagai target pasar. Dari pilihan segmen sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memilih dan memutuskan jenis serta berapa banyak segmen yang akan menjadi pasar sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur. Pasar yang menjadi sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu, warga yang rumahnya berada disekitar kantor. Sekolah-sekolah yang letaknya tidak jauh dari kantor PT Sun Life Financial Indonesia Luwu Timur seperti SMA 1 dan 2, semua SMA Negeri Mangkutana, Sekolah Tinggi, dan juga pedagang-pedagang sembako yang berjualan disekitar Pasar Tomoni dan sekitarnya.”²⁸

Dari pemaparan di atas dapat dijelaskan bahwa pilihan segmen sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memilih dan memutuskan jenis serta berapa banyak segmen yang akan menjadi pasar sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur.

b. Penentuan Posisi Pasar (Market Positioning)

Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga kompetitif yang berarti berada dalam benak pelanggan sarannya.

²⁸ Dahlia, Agen Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

Positioning merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Sebuah perusahaan dapat menentukan posisinya melalui persepsi pelanggan terhadap produknya dan produk pesaingnya sehingga akan dihasilkan peta persepsi. Positioning sebagai langkah berikutnya setelah menetapkan segmen pasar. Agency manager Sun Life Financial Luwu Timur menyatakan bahwa:

“PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki beberapa produk, yaitu produk Brilliance Hasanah Sejahtera, Brilliance Amanah, dan Brilliance Hasanah Protection Plus didesain khusus untuk keluarga Indonesia, yang mana hanya membeli polis saja sudah bisa terlindungi oleh Sun Life Financial. Produk yang ditawarkan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki kekuatan pada identitas produknya sehingga bernilai dimata nasabah dan menjadi produk unggulan bagi nasabahnya. PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memberikan pelayanan yang cepat tepat dan akurat serta bersikap ramah dalam melayani nasabahnya dan menyediakan tempat yang nyaman.”²⁹

Berdasarkan uraian di atas bahwa langkah-langkah yang dilakukan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur untuk menanamkan kesan baik pada diri nasabah dan selalu menjadi produk unggulan bagi nasabahnya.

d. Marketing Mix

Marketing mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat di kendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli dan konsumen. *Marketing Mix* terdiri dari empat komponen, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* yang lebih dikenal dengan 4P. Sedangkan dalam pemasaran jasa perlu diperluas dengan

²⁹ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, Wawancara, Pada Tanggal 16 Januari 2019

menambah tiga unsur, yaitu people (orang), process (proses), dan Physical Evidence (lingkungan fisik), sehingga bauran pemasaran (marketing mix) menjadi 7P.

1. Produk (*Product*)

Keputusan tentang produk (product) merupakan suatu keputusan strategi dan penting karena mempengaruhi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Dampaknya mempengaruhi setiap fungsi dan setiap tingkatan dalam organisasi. Menurut Fitriyani selaku Agen Koordinator menguraikan bahwa:

“Produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun bentuk produk selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan memenuhi kebutuhan kita katakan sebagai produk. Dan untuk memenuhi suatu kebutuhan calon nasabah PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki beberapa produk, salah satunya yaitu produk Brilliance Amanah merupakan suatu produk yang menjawab solusi umat yang ingin Umroh atau ke tanah suci untuk menjalankan ibadah. produk ini didesain khusus untuk keluarga Indonesia dimana satu polis saja sudah bisa memberikan perlindungan bagi Pemilik Polis apabila terjadi suatu risiko.

Produk ini diluncurkan oleh PT Sun Life Financial Syariah Indonesia 3 tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2016. Selain dapat memberikan perlindungan, produk ini di jual dengan premi yang terjangkau, yaitu dengan membayar premi 300.000 saja sudah bisa Menunggu untuk ke tanah suci atau umroh. Rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur terkait produk – produk Asuransi Syariah yang produktif yaitu dengan memberikan perlindungan kepada seluruh Rakyat Luwu Timur terdiri dari kepala keluarga, istri, dan anak. Usia pemberian perlindungan maksimal 60 tahun. Apa bila melebihi 61 tahun sudah tidak bisa diasuransikan. Dan rencana perlindungan yang diberikan

ditujukan khusus untuk orang-orang yang sudah berkeluarga melalui pemasaran lewat kelurahan, sekolah-sekolah, kantor-kantor sampai ke perusahaan. Rencana penawaran tersebut, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur merencanakan pemenuhan kebutuhan pada produknya bagi nasabah, khususnya produk – produk syariah yaitu dengan memberikan perlindungan Kepala keluarga atau anggota keluarga melalui sosialisasi kepada minimal 2 orang maksimal 50 orang.³⁰

Berdasarkan Pemaparan di atas Produk-produk syariah sun life yaitu Brilliance Hasanah Sejahtera, Brilliance Hasanah Fortune plus, Hasanah Protection Plus, dan Brilliance Amanah.

Budiman selaku Agen Koordinator Menambahkan bahwa :

“Sunlife mempunyai beberapa produk Syariah yaitu:

1) Brilliance Hasanah Sejahtera

Brilliance Hasanah Sejahtera adalah produk asuransi jiwa dan investasi dengan pembayaran berkala untuk membantu keluarga Anda mencapai kebutuhan keuangan dimasa depan seperti biaya pendidikan, modal usaha, ibadah, pernikahan anak, dana hari tua dan lainnya yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

2) Asuransi Brilliance Hasanah Fortune Plus

Merupakan kombinasi antara asuransi dan investasi berbasis syariah yang memberikan manfaat asuransi jiwa yang dilengkapi dengan manfaat cacat tetap dan kematian akibat kecelakaan sekaligus potensi hasil investasi yang optimal untuk membantu mencapai masa depan penuh berkah.

3) Brilliance Hasanah Protection Plus

Brilliance Hasanah Protection Plus Adalah produk asuransi unit link kontribusi tunggal yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan

³⁰ Fitriyani, Agen Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

perlindungan jiwa dan investasi yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah

4) Asuransi Brilliance Amanah

Asuransi Brilliance Amanah asuransi yang mempersiapkan perencanaan keuangan serta biaya perjalanan, proteksi untuk diri individu dan keluarga menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam mempersiapkan rencana ibadah.”³¹

2. Harga (Price)

Masalah kebijaksanaan harga adalah turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Philip Kotler berpendapat bahwa variabel keputusan pemasaran yang penting lainnya adalah harga, yakni jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk tersebut. Pada umumnya harga yang ditetapkan perusahaan disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang selalu berubah, dan diarahkan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan. Menurut Nyoman Saira bahwa:

“Untuk penetapan harga produk – produk syariah yaitu PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur melihat dari mortalita melalui survei populasi di wilayah-wilayah tertentu dan dari hasil survei tersebut, nantinya dapat menentukan berapa preminya yang cocok untuk sebuah produk. Terkait masalah harga, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memberikan harga produk – produk syariah ini cukup murah yaitu 300.000 dalam jangka waktu pertanggungan sampai usia 88 tahun”³²

³¹ Budiman, Agen Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

³² Nyoman Saira, Agen Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

3. Distribusi / Tempat (Place)

Menurut Drs, Hiskia Jama, M.Pd bahwa: “Dalam hal ini PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan pendistribusian produk – produk syariah ke konsumen melalui perantara yaitu para Agen-agen PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yang sudah tergabung menjadi mitra kerja yang bertugas untuk melakukan pemasaran”³³

4. Promosi (Promotion)

Strategi promosi merupakan aktivitas yang mengomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya, meliputi: periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan humas. *Agency Manager* PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur mengatakan bahwa:

“ PT Sun Life Financial Syariah mempunyai strategi tersendiri dalam melakukan pemasaran khususnya untuk produk – produk syariah ini yaitu yang pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing, misal diperusahaan-perusahaan, sekolah-sekolah, pasar-pasar disetiap desa mulai dari Tomoni, Kalaena, Kalaena Kiri 1, Kalaena Kiri 2, Kalaena Kiri 3, Unit 4, Unit 5, Unit 6, Unit 7, Unit 8 sampai ke Soroako dan sekitarnya. Setelah itu PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur membagi Agen untuk menuju pasar-pasar yang telah di tentukan tadi. Kedua, meningkatkan kinerja di bagian marketing, sebab marketing adalah ujung tombak dari pemasaran. Ketiga, memberikan harga yang masuk akal, maksudnya memberi harga yang sesuai dengan standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing masalah harga dengan perusahaan lain.

Keempat, merekrut agen sebanyak – banyaknya untuk melakukan pemasaran. Kelima, memanfaatkan teknologi di zaman modern ini, maksudnya PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memasarkan

³³ Hiskia Jama, Agen Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

produk – produk syariah juga secara online lewat internet dan sosial media. Metode pemasaran yang digunakan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu pemasaran secara langsung dan menggunakan media sosial atau media cetak sebagai alat promosi. Pemasaran secara langsung disini maksudnya PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur menawarkan produk – produk asuransi syariah langsung kepada calon nasabah dengan cara sosialisai ke Desa-desa yang ada di Kabupaten Luwu Timur, sekolah-sekolah dan juga perusahaan-perusahaan yang akan dituju. Dan metode pemasaran langsung lebih efisien digunakan dibandingkan dengan metode pemasaran lewat media sosial maupun media cetak.³⁴

5. Orang (People)

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat memengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam orang ini berarti berhubungan dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Menurut Dwi Saraswati bahwa:

“PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur mempunyai kriteria dalam menyeleksi seorang Agen yang akan menjual produk – produk syariah, yaitu yang pertama dia harus mempunyai semangat yang tinggi dalam bekerja, kedua dia harus memiliki jiwa kompetisi, dan yang ketiga yaitu harus memiliki Jiwa Pemimpin dan pemimpi yang besar atau orang yang berpengaruh di Desa. Untuk memotivasi para Agen-agen, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memberikan reward berupa sepeda motor, umrah, dan traveling kepada setiap agen yang mencapai target penjualan. Dan untuk meningkatkan skill para marketingnya, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur Mengadakan bedah buku mengenai *The Most Respected Agency* (MRA) yaitu peduli, profesional, menginspirasi, dan unggul, yang

³⁴ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, Wawancara, Pada Tanggal 16 Januari 2019

bertujuan untuk berdiskusi masalah yang terjadi pada saat melakukan penjualan.”³⁵

6. Proses (Process)

PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur mempunyai produk – produk syariah yang dikenalkan kepada masyarakat melalui sosialisasi, dari hasil sosialisasi tersebut apabila ada salah satu calon nasabah yang ingin membeli produk tersebut, pada saat melakukan pembayaran bisa dilakukan secara langsung lewat transfer ke rekening PT Sun Life Financial Syariah Indonesia. Dan apabila nanti terjadi suatu risiko kepada nasabah, bisa langsung datang ke kantor untuk melakukan klaim secara langsung maupun klaim lewat online. Klaim santunan hari tua, sakit, meninggal dunia akan di proses selama lebih kurang 15 hari kerja.³⁶

7. Lingkungan Fisik (Physical Evidence)

Lingkungan fisik (physical evidence) adalah keadaan atau kondisi yang di dalamnya juga termasuk suasana, karakteristik lingkungan merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud dengan situasi ini adalah situasi dan kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, suara, aroma, cahaya, cuaca, peletakan dan layout yang nampak sebagai objek yang berada di kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.

³⁵ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

³⁶ Putu Pande s, Agency Manager Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

Kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur terletak di Jl. Trans Sulawesi Tomoni Luwu Timur Kabupaten Luwu Timur.

Menurut Staff Koordinator Agen menyatakan bahwa:

” Letak kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur cukup strategis yaitu dipinggir jalan. Kondisi ruangan yang ada di PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur sudah cukup memadai dengan menggunakan pendingin ruangan dan pengharum ruangan guna untuk membuat nasabah nyaman saat berada di kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.”³⁷

Berdasarkan penjelasan di atas bahwa Letak kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur cukup strategis karena Kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur terletak di Jl. Trans Sulawesi Tomoni Luwu Timur Kabupaten Luwu Timur dan itu sangat memudahkan akses Nasabah.

B. Pembahasan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh para agen Asuransi Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Luwu Timur meliputi :

1. Segmentation

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabahnya, pertama-tama yang dilakukan oleh *Agency Management* PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan penelitian pasar atau riset pemasaran. Dalam kebutuhan dan keinginan nasabahnya, ternyata PT Sun Life Financial Indonesia

³⁷ Staff Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, *Wawancara*, Pada Tanggal 16 Januari 2019

Cabang Luwu Timur melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan sesuai yang diinginkan oleh calon nasabah. Adapun yang diidentifikasi berupa umur, yaitu usia anak minimal 3 bulan dan maksimal 25 tahun. Kesehatan, kesehatan disini maksudnya sehat secara fisik maupun mental ataupun tidak mengidap penyakit dalam seperti jantung, kanker, tumor dan lain-lain. Keuangan, maksudnya dilihat dari segi ekonominya apakah sudah termasuk golongan menengah ke atas atau belum. Menurut Priansa (2014), hal tersebut dinamakan dengan *Segmentation*. Dimana Singmentasi merupakan simpul dari penentuan perusahaan seluruh strategi, takti dan *value* perusahaan. Singmentasi yang diikuti oleh pemilihan segmen-segmen yang akan dijadikan target pasar perusahaan, menjadi acuan dan landasan bagi penetapan *positioning*.

2. *Targeting* (Pasar Sasaran)

Menurut Dahlia selaku Koordinator Agen bahwa Penetapan market targeting yang dilakukan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur melalui proses mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen pasar dengan memilih kelompok menjadi segmen pedagang, buruh, karyawan atau pegawai negeri sipil dan lain-lain di Kabupaten Luwu Timur. Dari segmen yang telah dibuat oleh PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memilih satu atau lebih untuk pasar yang akan dimasuki sebagai target pasar. Dari pilihan segmen sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memilih dan memutuskan jenis serta berapa banyak segmen yang akan menjadi pasar sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur. Pasar yang menjadi sasaran PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu, warga yang rumahnya berada

disekitar kantor. Sekolah-sekolah yang letaknya tidak jauh dari kantor PT Sun Life Financial Indonesia Luwu Timur seperti SMA 1 dan 2, semua SMA Negeri Mangkutana, Sekolah Tinggi, dan juga pedagang-pedagang sembako yang berjualan disekitar Pasar Tomoni dan sekitarnya. Pernyataan tersebut sama dengan apa yang dikatakan oleh Armstrong, bahwa *targeting* adalah sekelompok pembeli yang memiliki kebutuhan atau karakteristik yang sama yang menjadi tujuan promosi perusahaan.

3. *Positioning*

Agency manager Sun Life Financial Luwu Timur menyatakan bahwa PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki beberapa produk, yaitu produk Brilliance Hasanah Sejahtera, Brilliance Amanah, dan Brilliance Hasanah Protection Plus didesain khusus untuk keluarga Indonesia, yang mana hanya membeli polis saja sudah bisa terlindungi oleh Sun Life Financial. Produk yang ditawarkan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki kekuatan pada identitas produknya sehingga bernilai dimata nasabah dan menjadi produk unggulan bagi nasabahnya. PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memberikan pelayanan yang cepat tepat dan akurat serta bersikap ramah dalam melayani nasabahnya dan menyediakan tempat yang nyaman. Menurut Priansa pernyataan di atas disebut sebagai *Positioning*, yaitu berhubungan dengan apa yang ada di benak pelanggan, berhubungan dengan persepsi, dimana persepsi tersebut akan melekat dalam waktu yang lama.

4. *Marketing Mix*

Marketing Mix terdiri dari empat komponen, yaitu product, prince, place, dan promotion yang lebih dikenal dengan 4P

a. Produk

Fitriyani selaku Agen Koordinator menguraikan bahwa produk secara umum dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun bentuk produk selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan memenuhi kebutuhan kita katakan sebagai produk. Dan untuk memenuhi suatu kebutuhan calon nasabah PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memiliki beberapa produk, salah satunya yaitu produk Brilliance Amanah merupakan suatu produk yang menjawab solusi umat yang ingin Umroh atau ke tanah suci untuk menjalankan ibadah. produk ini didesain khusus untuk keluarga Indonesia dimana satu polis saja sudah bisa memberikan perlindungan bagi Pemilik Polis apabila terjadi suatu risiko. Produk ini diluncurkan oleh PT Sun Life Financial Syariah Indonesia 3 tahun yang lalu, yaitu pada tahun 2016. Selain dapat memberikan perlindungan, produk ini di jual dengan premi yang cukup terjangkau, yaitu dengan membayar premi 300.000 saja sudah bisa Menunggu untuk ke tanah suci atau umroh. Rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur terkait produk – produk Asuransi Syariah yang produktif yaitu dengan memberikan perlindungan kepada seluruh Rakyat Luwu Timur terdiri dari kepala keluarga, istri, dan anak. Usia pemberian perlindungan maksimal 60 tahun. Apa bila melebihi 61 tahun sudah tidak bisa diasuransikan. Dan rencana perlindungan yang

diberikan ditujukan khusus untuk orang-orang yang sudah berkeluarga melalui pemasaran lewat kelurahan, sekolah-sekolah, kantor-kantor sampai ke perusahaan. Rencana penawaran tersebut, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur merencanakan pemenuhan kebutuhan pada produknya bagi nasabah, khususnya produk – produk syariah yaitu dengan memberikan perlindungan Kepala keluarga atau anggota keluarga melalui sosialisasi kepada minimal 2 orang maksimal 50 orang.

b. Harga

Menurut Nyoman Saira, agen coordinator sunlife luwu timur menyatakan bahwa untuk penetapan harga produk – produk syariah pada PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur melihat dari mortalita melalui survei populasi di wilayah-wilayah tertentu dan dari hasil survei tersebut, nantinya dapat menentukan berapa preminya yang cocok untuk sebuah produk. Terkait masalah harga, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memberikan harga produk – produk syariah ini cukup murah yaitu 300.000 dalam jangka waktu pertanggungan sampai usia 88 tahun.

c. Distribusi

Menurut Drs, Hiskia Jama, M.Pd bahwa dalam hal ini PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan pendistribusian produk – produk syariah ke konsumen melalui perantara yaitu para Agen-agen PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yang sudah tergabung menjadi mitra kerja yang bertugas untuk melakukan pemasaran.

d. Promosi

Agency Manager PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur mengatakan bahwa *PT Sun Life Financial Syariah* mempunyai strategi tersendiri dalam melakukan pemasaran khususnya untuk produk – produk syariah ini yaitu yang pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing, misal diperusahaan-perusahaan, sekolah-sekolah, pasar-pasar di setiap desa mulai dari Tomoni, Kalaena, Kalaena Kiri 1, Kalaena Kiri 2, Kalaena Kiri 3, Unit 4, Unit 5, Unit 6, Unit 7, Unit 8 sampai ke Soroako dan sekitarnya. Setelah itu *PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur* membagi Agen untuk menuju pasar-pasar yang telah di tentukan tadi. Kedua, meningkatkan kinerja di bagian marketing, sebab marketing adalah ujung tombak dari pemasaran. Ketiga, memberikan harga yang masuk akal, maksudnya memberi harga yang sesuai dengan standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing masalah harga dengan perusahaan lain.

e. Orang/People

Menurut Dwi Saraswati bahwa *PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur* mempunyai kriteria dalam menyeleksi seorang Agen yang akan menjual produk – produk syariah, yaitu yang pertama dia harus mempunyai semangat yang tinggi dalam bekerja, kedua dia harus memiliki jiwa kompetisi, dan yang ketiga yaitu harus memiliki Jiwa Pemimpin dan pemimpi yang besar atau orang yang berpengaruh di Desa. Untuk memotivasi para Agen-agen, *PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur* memberikan reward berupa sepeda motor, umrah, dan traveling kepada setiap agen yang mencapai target

penjualan. Dan untuk meningkatkan skill para marketingnya, PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur Mengadakan bedah buku mengenai *The Most Respected Agency* (MRA) yaitu peduli, profesional, menginspirasi, dan unggul, yang bertujuan untuk berdiskusi masalah yang terjadi pada saat melakukan penjualan.

f. Proses (*Process*)

PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur mempunyai produk – produk syariah yang dikenalkan kepada masyarakat melalui sosialisasi, dari hasil sosialisasi tersebut apabila ada salah satu calon nasabah yang ingin membeli produk tersebut, pada saat melakukan pembayaran bisa dilakukan secara langsung lewat transfer ke rekening PT Sun Life Financial Syariah Indonesia. Dan apabila nanti terjadi suatu risiko kepada nasabah, bisa langsung datang ke kantor untuk melakukan klaim secara langsung maupun klaim lewat online G. Situasi/ keadaan fisik

Menurut Staff Koordinator Agen menyatakan bahwa Letak kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur cukup strategis yaitu dipinggir jalan. Kondisi ruangan yang ada di PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur sudah cukup memadai dengan menggunakan pendingin ruangan dan pengharum ruangan guna untuk membuat nasabah nyaman saat berada di kantor PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur.³⁸

³⁸ *Agency Manager, Agen, Agen Koordinator Sun Life Financial Syariah Luwu Timur, Wawancara, Pada Tanggal 16 Januari 2019*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, bahwa *Pertama*, strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan penjualan produk – produk syariah yaitu pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing, misal di Perusahaan-perusahaan, Sekolah-sekolah, Desa-desa yang ada di Kabupaten Luwu Timur.

Kedua, merekrut Agen sebanyak-banyaknya untuk menjual produk – produk asuransi syariah tersebut. Semakin banyak Agen yang di rekrut, maka peluang untuk meningkatkan penjualan semakin besar.

Ketiga, meningkatkan kinerja di bagian marketing. *Keempat*, memberikan harga atau premi yang masuk akal yang sesuai standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing masalah harga dengan perusahaan lain. *Kelima*, memanfaatkan teknologi di zaman modern ini, maksudnya PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur memasarkan produk – produk syariah secara online lewat internet dan sosial media.

Metode pemasaran yang digunakan PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu pemasaran secara langsung, dan menggunakan media sosial atau media cetak sebagai alat promosinya. Pemasaran secara langsung disini maksudnya PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur

menawarkan produk – produk asuransi syariah langsung kepada calon nasabah dengan cara sosialisai ke Desa-desa yang di Kabupaten Luwu Timur, Sekolah-sekolah dan juga Perusahaan-perusahaan yang akan dituju. Dan metode pemasaran langsung lebih efisien digunakan dibandingkan dengan metode pemasaran lewat media sosial maupun media cetak.

PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur melakukan penjualan melalui beberapa Agen yang sudah bergabung menjadi mitra kerja. Persiapan penjualan yang dipersiapkan oleh Agen PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur sebelum melakukan penjualan, yaitu pertama brosur, sebagai media untuk membantu dalam menjelaskan tentang produk asuransi syariah, yang kedua alat peraga, sebagai media sarana dan prasarana pendukung dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang produk – produk syariah, dan yang ketiga tim marketing, membagi tugas dengan tim untuk mempermudah melakukan jalannya sosialisasi penjualan.

B. Saran

Peneliti memberikan saran kepada PT Sun Life Financial Syariah Indonesia Cabang Luwu Timur yaitu :

1. Berikan motivasi dan penghargaan untuk membangkitkan semangat kinerja karyawan khususnya bagian marketing.
2. Lakukan promosi dan rekrut agen Syariah sebanyak - banyaknya untuk meningkatkan penjualan produk – produk asuransi syariah.
3. Berikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa nyaman dan tidak berpaling ke Asuransi syariah lain.



LAMPIRAN

IAIN PALOPO

PEDOMAN WAWANCARA

1. PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar
 - Bagaimana cara yang ditempuh PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ?
2. Metode yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur
 - Apa saja Metode yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?
3. Rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur terkait produk Asuransi syariah
 - Bagaimana Rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur terkait produk Asuransi syariah?
4. PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur selalu konsisten dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk Asuransi syariah
 - Bagaimana cara PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur konsisten dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk Asuransi syariah?
5. Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan Jumlah Nasabah.
 - Bagaimana Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam meningkatkan Jumlah Nasabah :



IAIN PALOPO

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Putu Pande Suartama, S.Pd.M.M**
Pekerjaan : Agency Manager Sun Life Financial
Pendidikan : S- 2
Alamat : Desa Balirejo, Kec. Angkona Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Putu Pande S, S.Pd.,M.M
S25751

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Drs.Hiskia Jama, M.Pd**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-2
Alamat : Lamasi Timur, Kab. Luwu

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Drs.Hiskia Jama, M.Pd

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Ketut Murtika, S.P**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Kertoraharja , Tomoni Timur Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Ketut Murtika, S.P

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Fitriani, S.P**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Mangkutana Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Ketut Murtika, S.P

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Budiman**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Mangkutana Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Budiman

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Yohanes Kalla Allo, S.Pd.,MM**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Desa Solo, Kecamatan Angkona Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**

Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Yohanes Kalla Allo, S.Pd.,MM

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Gede Sudiartawan,S.Kep.,Ns**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Taripa Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Gede Sudiartawan,S.Kep.,Ns

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dahlia, SE**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Tomoni, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Dahlia, SE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Waliyem**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : SMA
Alamat : Tomoni, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Waliyem

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Marthen**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : SMA
Alamat : Tomoni, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Marthen

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dwi Saraswati, S.Kom**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S-1
Alamat : Tomoni, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Dwi Saraswati, S.Kom

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Arifin**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : SMA
Alamat : Tomoni, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Arifin

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Budiono**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S1
Alamat : Wanasari kec. Angkona, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Budiono

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dini**
Pekerjaan : Agen Sun Life Financial
Pendidikan : S1
Alamat : Mangkutana, Kab. Luwu Timur

Benar telah diwawancarai oleh saudara:

Nama : Nira Ikhwan
Nim : 15.04.02.01.56
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dalam penelitiannya sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul:
**“Strategi Pemasaran Agen Asuransi Syariah pada PT. Sun Life Financial
Indonesia Cabang Luwu Timur Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah”**
Demikian pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Tomoni, 21 Januari 2019

Dini



MISI DAN VISI

PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA

MISI

Membantu keluarga Indonesia mencapai kesejahteraan dengan keamanan finansial.

VISI

Menjadi salah satu dari lima perusahaan asuransi jiwa terbesar di Indonesia

IAIN PALOPO

KANTOR CABANG LUWU TIMUR

Sun Life Financial

Syariah

Tahun 2010

- Membentuk unit usaha syariah dan peluncuran pertama produk syariah.

Tahun 2014

- Membentuk distribusi khusus syariah. Semua agen Sun Life yang bergabung dalam distribusi syariah wajib lulus ujian AASI (Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia), selain AAJI (Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia).
- Membentuk Salam Institute sebagai pusat pelatihan khusus untuk agen syariah.
- Pemisahan kantor pemasaran khusus syariah.



Tahun 2015

- Memasuki fase pertumbuhan syariah pertama.
- Investasi USD 40 Juta (Rp 520 Milyar) untuk penguatan bisnis di Indonesia.
- Meresmikan Menara Sun Life di kawasan elit Mega Kuningan Jakarta
- Membentuk Salam Leadership Center (SLC) sebagai pusat pelatihan khusus leader syariah.



Pusat Layanan Nasabah di Menara Sun Life

TRANSKIP WAWANCARA



Agency Manager

Hari : Jum'at, 12 Januari 2019

Nama Informan : Putu Pande S, S.Pd.,M.M

Jabatan : Agency Manager PT Sun Life Financial Indonesia Cab. Luwu Timur

A. Strategi Pemasaran

1. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ?

Jawaban : yang pertama kita sebagai marketing itu harus menguasai produk kita terlebih dahulu dan kita juga harus menguasai produk mereka agar kita menguasai pasar.

2. Berapa jumlah marketing atau agen di PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : kalau sekarang tenaga pemasar kami ada 50 Agen dan 1 Agency Manager

3. Metode apasajakah yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : Pertama kita rencanakan pasar yang akan kita tuju, misal di perusahaan-perusahaan, sekolah, dan lain-lain, kemudian kita bagi Agen kami untuk menuju tempat-tempat yang telah di tentukan tadi.

4. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan pemasaran ?

Jawaban : tidak adanya link untuk masuk ke dalam pasar yang akan kita tuju. Karna itu salah satu jembatan untuk akses kita masuk ke calon nasabah

B. Strategi Produk

1. Bagaimana rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabnag Luwu Timur terkait produk –produk syariah ?

Jawaban : Menurut saya kalo sih ya rencana penawaran kepada nasabah itu, pertama kita harus tau dlu pasarnya. Biasanya si kami ke kelurahan, kemudian ke sekolah-sekolah, trus ke kantor-kantor atau lebih bagus lagi ke perusahaan-perusahaan.

2. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia merencanakan pemenuhan kebutuhan nasabah melalui produk – produk syariah ?

Jawaban : ya kita untuk memenuhi kebutuhan asuransi untuk nasabah itu sendiri ya kita sosialisasi itu, kita harus banyak sosialisasi, kita gak bisa lakukan missal door to door.

3. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur membedakan produk – produk syariah dengan produk lainnya dari segi manfaat dan fungsinya ?

Jawaban : Jelas berbeda, kita disini itu kan ada 2 produk ya, semua nya berbeda-beda dari segi manfaat dan fungsinya. Kalo produk – produk syariah itu kan hanya mengcover jiwa individu dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah. Apabila terjadi suatu resiko meninggal dunia itu baru di bayarkan kepada pihak keluarga. Itu kita bayarkan sesuai dengan manfaatnya. Tapi klo asuransi pendidikan, dia selain mengcover jiwa, dia ada manfaatnya juga untuk anaknya sekolah.

4. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam memberi kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk syariah ?

Jawaban : kalau dengan produk – produk syariah itu kan kita dari segi pembayaran aja kita sudah online, gak harus kita ambil manual. Jadi ketika melakukan klaim pun bisa online mereka cukup fotokan lewat android saja. Jadi itu untuk memudahkan nasabah untuk melakukan klaim apabila terjadi suatu risiko.

5. Apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas produk – produk syariah ?
6. Jawaban : untuk meningkatkan produktivitas itu sendiri yang pertama kita ya harus rekrut karyawan bagian marketing lagi. Karna semakin banyak yang memasarkan, semakin bnyak orang yang membeli produk kami. Dan semakin banyak yang membeli, itu akan meningkatkan produktivitas produk – produk syariah tersebut.
7. Berapa lama produk – produk syariah di produksi oleh PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : kurang lebih sudah 3 tahun ini, di luncurkan nya pada tahun 2016

C. Strategi Harga

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam menghadapi persaingan harga ?

Jawaban : yang pertama kita survey harga-harga produk persuhaan lain kepada masyarakat. Setelah kita mengetahui hasil survey tadi, lalu kita mengajukan harga kepusat agar bisa bersaing dengan perusahaan lain

D. Strategi Penjualan

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur meningkatkan volume penjualan produk – produk syariah dan jumlah nasabah syariah ?

Jawaban : Yang pertama kita harus merekrut sebanyak-banyaknya Agen atau marketing untuk memasarkan produk kami. Semakin banyak agen atau marketing yang memasarkan produk, peluang untuk mendapatkan konsumen semakin besar.

2. Apa yang dilakukan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ketika volume penjualan menurun?

Jawaban: yang pertama kita lakukan evaluasi kepada agen-agen kami, kenapa bisa menurun volume penjualannya. Lalu kami mengadakan bedah buku bersama agen-agen kami. Guna untuk mengetahui permasalahan dalam penjualan.

3. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur Meningkatkan jumlah nasabah?

Jawaban : yang pertama kita suport terus mereka, karena kalau gak kita suport biasanya mereka males-mlesan. Karena menjual produk asuransi ini kan susah-susah gampang. Lalu kita berikan reward kalau mereka menembus target penjualan.

4. Apa yang perlu dipersiapkan dalam melakukan penjualan produk – produk asuransi syariah?

Jawaban : ya kalau kita mau sosialisasi kita perlu alat peraga, kemudian kita perlu tim untuk membantu jalannya sosialisasi.

5. Bagaimana pembukaan dalam melakukan interaksi dengan konsumen ?

Jawaban : Jadi kita datang itu tidak langsung menawarkan produk asuransi syariah yang kita bawa, hari pertama kita ngobrol-ngobrol dulu, lalu hari berikutnya kita datang lagi kesana baru menawarkan produk kami.

6. Bagaimana etika yang baik dalam berjualan yang harus dimiliki oleh para agen?

Jawaban : yang pertama, kita tidak boleh saling menjelek-jelekan sesama perusahaan asuransi pada saat menawarkan produk kita. Yang kedua kita harus

mempunyai sikap sopan santun dalam berbicara agar calon nasabah tidak tersinggung dengan kata-kata yang keluar dari mulut kita.

7. Berapa target penjualan produk asuransi syariah ?

Jawaban : sebenarnya kalau bisa sebanyak-banyaknya, tapi target kami dalam satu bulan itu 50 orang per Agen.

8. Dari semua Produk di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur manakah produk yang paling di minati Masyarakat ?

Jawaban : Dari semua produk kami yang paling laris atau diminati masyarakat yaitu Asuransi Brilliance Sejahtera baik syariah maupun konvensional.

E. Persaingan Kualitas

1. Apa yang menjadi standar kualitas produk asuransi syariah sun life ?

Jawaban : preminya murah, tapi bisa memberikan proteksi sampai usia 88 tahun

F. Persaingan Jasa Pelayanan

1. Apa yang menjadi ukuran keberhasilan pelayanan yang diberikan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : yang menjadi ukuran keberhasilan kami yaitu kami dapat memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga nasabah itu sendiri merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan.

G. Orang (People)

1. Bagaimana tahap-tahap untuk meningkatkan skill marketing ?

Jawaban : yang pertama kita harus rajin bedah produk, dengan cara berdiskusi antara SDM manager pusat dengan Agency Manager dan para Agen hal ini dilakukan agar kita bisa berbagi ilmu dan pengalaman dalam menjual produk dan juga untuk meningkatkan penjualan produk. Dengan pendekatan MRA (most Respected Agency) guna meningkatkan jumlah nasabah.

2. Kriteria seperti apa yang dibutuhkan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia untuk seseorang yang akan menjual produk syariah?

Jawaban : yang pertama dia harus Pejabat Desa, Ketua RT, pokoknya dia harus orang yang berpengaruh di tempat itu. Agar mempermudah akses kita untuk masuk ke lokasi. Dan bisa melakukan sosialisasi dengan mudah.



IAIN PALOPO

TRANSKIP WAWANCARA



Hari : Senin, 15 Januari 2019

Nama Informan : Murtika, SP

Jabatan : Agen PT Sun Life Financial Indonesia Cab. Luwu Timur

A. Strategi Pemasaran

1. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ?

Jawaban : Harus menguasai produk kita terlebih dahulu agar kita menguasai pasar.

2. Berapa jumlah marketing atau agen di PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : Ada 50 Agen dan 1 Agency Manager

3. Metode apa sajakah yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : di perusahaan-perusahaan, sekolah, dan lain-lain

4. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan pemasaran?

Jawaban : tidak adanya link untuk masuk ke dalam pasar yang akan kita tuju.

B. Strategi Produk

1. Bagaimana rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabnag Luwu Timur terkait produk –produk syariah ?

Jawaban : Penawaran kepada nasabah itu ke sekolah-sekolah, trus ke kantor-kantor atau lebih bagus lagi ke perusahaan-perusahaan.

2. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia merencanakan pemenuhan kebutuhan nasabah melalui produk – produk syariah ?

Jawaban : Kita harus banyak sosialisasi, kita gak bisa lakukan missal door to door.

3. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur membedakan produk – produk syariah dengan produk lainnya dari segi manfaat dan fungsinya ?

Jawaban : Pasti berbeda, kita disini itu kan ada 2 produk ya, semua nya berbeda-beda dari segi manfaat dan fungsinya. Kalo produk – produk syariah

4. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam memberi kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk syariah ?

Jawaban : Produk – produk syariah itu kan kita dari segi pembayaran aja kita sudah online, gak harus kita ambil manual.

5. Apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas produk – produk syariah ?

Jawaban : untuk meningkatkan produktivitas itu sendiri yang pertama kita ya harus rekrut karyawan bagian marketing lagi. Karna semakin banyak yang memasarkan, semakin bnyak orang yang membeli produk kami. Dan semakin banyak yang membeli, itu akan meningkatkan produktivitas produk – produk syariah tersebut.

6. Berapa lama produk – produk syariah di produksi oleh PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : Kurang lebih sudah 3 tahun ini, di luncurkan nya pada tahun 2016

C. Strategi Harga

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam menghadapi persaingan harga ?

Jawaban : Yang pertama kita survey harga-harga produk perusahaan lain kepada masyarakat. Setelah kita mengetahui hasil survei tadi, lalu kita mengajukan harga kepusat agar bisa bersaing dengan perusahaan lain.

D. Strategi Penjualan

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur meningkatkan volume penjualan produk – produk syariah dan jumlah nasabah syariah ?

Jawaban : Yang pertama kita harus merekrut sebanyak-banyaknya Agen atau marketing untuk memasarkan produk kami.

2. Apa yang dilakukan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ketika volume penjualan menurun?

Jawaban : Yang pertama kita lakukan evaluasi kepada agen-agen kami, kenapa bisa menurun volume penjualannya. Lalu kami mengadakan bedah buku bersama agen-agen kami. Guna untuk mengetahui permasalahan dalam penjualan.

3. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur Meningkatkan jumlah nasabah?

Jawaban : Pertama kita suport terus mereka, karena kalau gak kita suport biasanya mereka males-mlesan. Sepengetahuan menjual produk Asuransi ini kan susah-susah gampang.

4. Apa yang perlu dipersiapkan dalam melakukan penjualan produk – produk asuransi syariah?

Jawaban : Kalau kita mau sosialisasi kita perlu alat peraga, kemudian kita perlu tim untuk membantu jalannya sosialisasi.

5. Bagaimana pembukaan dalam melakukan interaksi dengan konsumen ?

Jawaban : Jadi kita datang itu tidak langsung menawarkan produk asuransi syariah yang kita bawa, hari pertama kita ngobrol-ngobrol dulu, lalu hari berikutnya kita datang lagi kesana baru menawarkan produk kami.

6. Bagaimana etika yang baik dalam berjualan yang harus dimiliki oleh para agen?

Jawaban : yang pertama, kita tidak boleh saling menjelek-jelekan sesama perusahaan asuransi pada saat menawarkan produk kita. Yang kedua kita harus mempunyai sikap sopan santun dalam berbicara agar calon nasabah tidak tersinggung dengan kata-kata yang keluar dari mulut kita.

7. Berapa target penjualan produk asuransi syariah ?

Jawaban : sebenarnya kalau bisa sebanyak-banyaknya, tapi target kami dalam satu bulan itu 50 orang per Agen.

8. Dari semua Produk di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur manakah produk yang paling di minati Masyarakat ?

Jawaban : Dari semua produk kami yang paling laris atau diminati masyarakat yaitu Asuransi Brilliance Sejahtera baik syariah maupun konvensional.

E. Persaingan Kualitas

1. Apa yang menjadi standar kualitas produk asuransi syariah sun life ?

Jawaban : preminya murah, tapi bisa memberikan proteksi sampai usia 88 tahun

F. Persaingan Jasa Pelayanan

1. Apa yang menjadi ukuran keberhasilan pelayanan yang diberikan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : yang menjadi ukuran keberhasilan kami yaitu kami dapat memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga nasabah itu sendiri merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan.

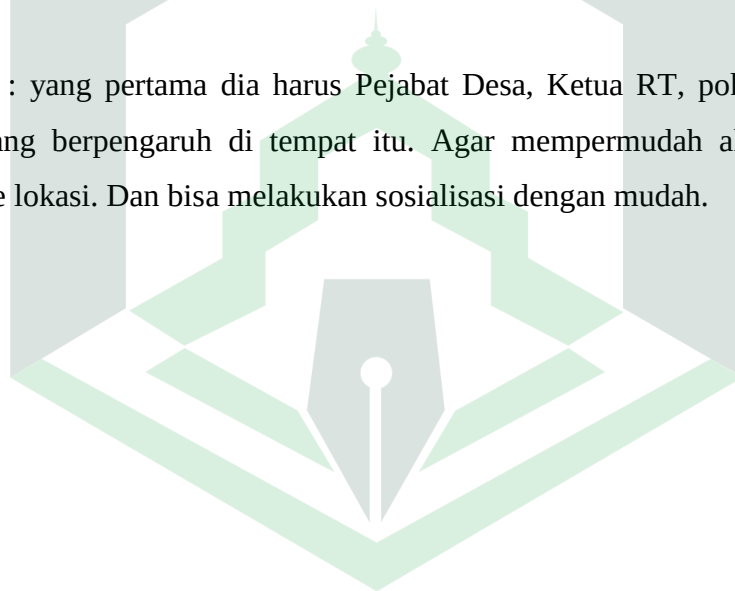
G. Orang (People)

3. Bagaimana tahap-tahap untuk meningkatkan skill marketing ?

Jawaban : yang pertama kita harus rajin bedah produk, dengan cara berdiskusi antara SDM manager pusat dengan Agency Manger dan para Agen hal ini dilakukan agar kita bisa berbagi ilmu dan pengalaman dalam menjual produk dan juga untuk meningkatkan penjualan produk. Dengan pendekatan MRA (most Respected Agency) guna meningkatkan jumlah nasabah.

4. Kriteria seperti apa yang dibutuhkan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia untuk seseorang yang akan menjual produk syariah?

Jawaban : yang pertama dia harus Pejabat Desa, Ketua RT, pokonya dia harus orang yang berpengaruh di tempat itu. Agar mempermudah akses kita untuk masuk ke lokasi. Dan bisa melakukan sosialisasi dengan mudah.



IAIN PALOPO

TRANSKIP WAWANCARA



Hari : Jum'at, 12 Januari 2019

Nama Informan : Saraswati, SE

Jabatan : Agen PT Sun Life Financial Indonesia Cab. Luwu Timur

A. Strategi Pemasaran

1. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ?

Jawaban : yang pertama kita sebagai marketing itu harus menguasai produk kita terlebih dahulu dan kita juga harus menguasai produk mereka agar kita menguasai pasar.

2. Berapa jumlah marketing atau agen di PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : kalau sekarang tenaga pemasar kami ada 50 Agen dan 1 Agency Manager

3. Metode apasajakah yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : bagi Agen kami untuk menuju tempat-tempat yang telah ditentukan tadi.

4. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan pemasaran ?

Jawaban : tidak adanya link untuk masuk ke dalam pasar yang akan kita tuju. Karna itu salah satu jembatan untuk akses kita masuk ke calon nasabah

B. Strategi Produk

1. Bagaimana rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur terkait produk – produk syariah ?

Jawaban : Biasanya kami ke kelurahan, kemudian ke sekolah-sekolah, trus ke kantor-kantor atau lebih bagus lagi ke perusahaan-perusahaan.

2. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia merencanakan pemenuhan kebutuhan nasabah melalui produk – produk syariah ?

Jawaban : kita harus banyak sosialisasi, kita gak bisa lakukan missal door to door.

3. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur membedakan produk – produk syariah dengan produk lainnya dari segi manfaat dan fungsinya ?

Jawaban : Kalo produk – produk syariah itu kan hanya mengcover jiwa individu dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah. Apabila terjadi suatu resiko meninggal dunia itu baru di bayarkan kepada pihak keluarga. Itu kita bayarkan sesuai dengan manfaatnya. Tapi klo asuransi pendidikan, dia selain mengcover jiwa, dia ada manfaatnya juga untuk anaknya sekolah.

4. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam memberi kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk syariah ?

Jawaban : ketika melakukan klaim bisa online mereka cukup fotokan lewat android saja. Jadi itu untuk memudahkan nasabah untuk melakukan klaim apabila terjadi suatu risiko.

5. Apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas produk – produk syariah ?

6. Jawaban : untuk meningkatkan produktivitas itu sendiri yang pertama kita ya harus rekrut karyawan bagian marketing lagi. Karna semakin banyak yang memasarkan, semakin bnyak orang yang membeli produk kami. Dan semakin banyak yang membeli, itu akan meningkatkan produktivitas produk – produk syariah tersebut.

7. Berapa lama produk – produk syariah di produksi oleh PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : kurang lebih sudah 3 tahun ini, di luncurkan nya pada tahun 2016

C. Strategi Harga

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam menghadapi persaingan harga ?

Jawaban : kita survey harga produk perusahaan lain kepada masyarakat. Setelah kita mengetahui hasil survey tadi, lalu kita mengajukan harga kepusat agar bisa bersaing dengan perusahaan lain

D. Strategi Penjualan

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur meningkatkan volume penjualan produk – produk syariah dan jumlah nasabah syariah ?

Jawaban : kita harus merekrut sebanyak-banyaknya Agen atau marketing untuk memasarkan produk kami.

2. Apa yang dilakukan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ketika volume penjualan menurun?

Jawaban : lakukan evaluasi kepada agen-agen kami, kenapa bisa menurun volume penjualannya. kami mengadakan bedah buku bersama agen-agen kami. Guna untuk mengetahui permasalahan dalam penjualan.

3. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur Meningkatkan jumlah nasabah?

Jawaban : yang pertama kita suport terus mereka, karena kalau gak kita suport biasanya mereka males-mlesan. Karena menjual produk asuransi ini kan susah-susah gampang. Lalu kita berikan reward kalau mereka menembus target penjualan.

4. Apa yang perlu dipersiapkan dalam melakukan penjualan produk – produk asuransi syariah?

Jawaban : ya kalau kita mau sosialisasi kita perlu alat peraga, kemudian kita perlu tim untuk membantu jalannya sosialisasi.

5. Bagaimana pembukaan dalam melakukan interaksi dengan konsumen ?

Jawaban : Jadi kita datang itu tidak langsung menawarkan produk asuransi syariah yang kita bawa, hari pertama kita ngobrol-ngobrol dulu, lalu hari berikutnya kita datang lagi kesana baru menawarkan produk kami.

6. Bagaimana etika yang baik dalam berjualan yang harus dimiliki oleh para agen?

Jawaban : kita harus mempunyai sikap sopan santun dalam berbicara agar calon nasabah tidak tersinggung dengan kata-kata yang keluar dari mulut kita.

7. Berapa target penjualan produk asuransi syariah ?

Jawaban : sebenarnya kalau bisa sebanyak-banyaknya, tapi target kami dalam satu bulan itu 50 orang per Agen.

8. Dari semua Produk di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur manakah produk yang paling di minati Masyarakat ?

Jawaban : Dari semua produk kami yang paling laris atau diminati masyarakat yaitu Asuransi Brilliance Sejahtera baik syariah dan Brilliance protection Plus Syariah

IAIN PALOPO

E. Persaingan Kualitas

1. Apa yang menjadi standar kualitas produk asuransi syariah sun life ?

Jawaban : preminya murah, tapi bisa memberikan proteksi sampai usia 88 tahun

F. Persaingan Jasa Pelayanan

1. Apa yang menjadi ukuran keberhasilan pelayanan yang diberikan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : yang menjadi ukuran keberhasilan kami yaitu kami dapat memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga nasabah itu sendiri merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan.

G. Orang (People)

5. Bagaiman tahap-tahap untuk meningkatkan skill marketing ?

Jawaban : Dengan cara berdiskusi antara SDM manager pusat dengan Agency Manger dan para Agen hal ini dilakukan agar kita bisa berbagi ilmu dan pengalaman dalam menjual produk dan juga untukn meningkatkan penjualan produk. Dengan pendekatan MRA (most Respected Agency) guna meningkatkan jumlah nasabah.

6. Kriteria seperti apa yang dibutuhkan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia untuk seseorang yang akan menjual produk syariah?

Jawaban : Tokoh Masyarakat, Agar mempermudah akses kita untuk masuk ke lokasi. Dan bisa melakukan sosialisasi dengan mudah.

IAIN PALOPO

TRANSKIP WAWANCARA



Hari : Senin, 15 Januari 2019

Nama Informan : Drs. Hiskia Jama, M.Pd

Jabatan : Agen PT Sun Life Financial Indonesia Cab. Luwu Timur

A. Strategi Pemasaran

1. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar ?

Jawaban : sebagai marketing itu harus menguasai produk kita terlebih dahulu.

2. Berapa jumlah marketing atau agen di PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : ada 50 Agen dan 1 Agency Manager

3. Metode apa sajakah yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : Most Respected Agency

4. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan pemasaran ?

Jawaban : Kita harus lemah lembut menghadapi nasabah

B. Strategi Produk

1. Bagaimana rencana penawaran yang diberikan PT Sun Life Financial Indonesia Cabnag Luwu Timur terkait produk –produk syariah ?

Jawaban : kami ke kelurahan, kemudian ke sekolah-sekolah, trus ke kantor-kantor atau lebih bagus lagi ke perusahaan-perusahaan.

2. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia merencanakan pemenuhan kebutuhan nasabah melalui produk – produk syariah ?

Jawaban : kita harus banyak sosialisasi, kita gak bisa lakukan missal door to door.

3. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur membedakan produk – produk syariah dengan produk lainnya dari segi manfaat dan fungsinya ?

1. Jawaban : Tentu sangat berbeda, kita disini itu kan ada 4 produk ya, semuanya berbeda-beda dari segi manfaat dan fungsinya. Kalo produk – produk syariah itu kan hanya mengcover jiwa individu dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah. Apabila terjadi suatu resiko meninggal dunia itu baru di bayarkan kepada pihak keluarga. Itu kita bayarkan sesuai dengan manfaatnya. Tapi klo asuransi pendidikan, dia selain mengcover jiwa, dia ada manfaatnya juga untuk anaknya sekolah. Brilliance Hasanah Sejahtera, Brilliance Amanah, Brilliance Hasanah, Brilliance protection plus syariah

4. Bagaimana PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam memberi kepuasan terhadap nasabah terkait dengan produk – produk syariah ?

Jawaban : -

5. Apa yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan produktivitas produk – produk syariah ?

6. Jawaban : untuk meningkatkan produktivitas itu sendiri yang pertama kita ya harus rekrut karyawan bagian marketing lagi. Karna semakin banyak yang memasarkan, semakin bnyak orang yang membeli produk kami. Dan semakin banyak yang membeli, itu akan meningkatkan produktivitas produk – produk syariah tersebut.

7. Berapa lama produk – produk syariah di produksi oleh PT Sun Life Financial Indonesia?

Jawaban : 3 tahun ini, di luncurkan nya pada tahun 2016

C. Strategi Harga

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur dalam menghadapi persaingan harga ?

Jawaban : yang pertama kita survey harga-harga produk perusahaan lain kepada masyarakat. Setelah kita mengetahui hasil survey tadi, lalu kita mengajukan harga kepusat agar bisa bersaing dengan perusahaan lain

D. Strategi Penjualan

1. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur meningkatkan volume penjualan produk – produk syariah dan jumlah nasabah syariah ?

Jawaban : Yang pertama kita harus merekrut sebanyak-banyaknya Agen atau marketing untuk memasarkan produk kami. Semakin banyak agen atau marketing yang memasarkan produk, peluang untuk mendapatkan konsumen semakin besar.

2. Apa yang dilakukan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ketika volume penjualan menurun?

Jawaban : yang pertama kita lakukan evaluasi kepada agen-agen kami, kenapa bisa menurun volume penjualannya. Lalu kami mengadakan bedah buku bersama agen-agen kami. Guna untuk mengetahui permasalahan dalam penjualan.

3. Bagaimana Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur Meningkatkan jumlah nasabah?

Jawaban : yang pertama kita suport terus mereka, karena kalau gak kita suport biasanya mereka males-mlesan. Karena menjual produk asuransi ini kan susah-

susah gampang. Lalu kita berikan reward kalau mereka menembus target penjualan.

4. Apa yang perlu dipersiapkan dalam melakukan penjualan produk – produk asuransi syariah?

Jawaban : ya kalau kita mau sosialisasi kita perlu alat peraga, kemudian kita perlu tim untuk membantu jalannya sosialisasi.

5. Bagaimana pembukaan dalam melakukan interaksi dengan konsumen ?

Jawaban : Jadi kita datang itu tidak langsung menawarkan produk asuransi syariah yang kita bawa, hari pertama kita ngobrol-ngobrol dulu, lalu hari berikutnya kita datang lagi kesana baru menawarkan produk kami.

6. Bagaimana etika yang baik dalam berjualan yang harus dimiliki oleh para agen?

Jawaban : tidak boleh saling menjelek-jelekan sesama perusahaan asuransi pada saat menawarkan produk kita. sikap sopan santun dalam berbicara agar calon nasabah tidak tersinggung dengan kata-kata yang keluar dari mulut kita.

7. Berapa target penjualan produk asuransi syariah ?

Jawaban : sebenarnya kalau bisa sebanyak-banyaknya, tapi target kami dalam satu bulan itu 50 orang per Agen.

8. Dari semua Produk di PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur manakah produk yang paling diminati Masyarakat ?

Jawaban : Dari semua produk kami yang paling laris atau diminati masyarakat yaitu Asuransi Brilliance Sejahtera baik syariah maupun konvensional.

E. Persaingan Kualitas

1. Apa yang menjadi standar kualitas produk asuransi syariah sun life ?

Jawaban : preminya murah, tapi bisa memberikan proteksi sampai usia 88 tahun

F. Persaingan Jasa Pelayanan

1. Apa yang menjadi ukuran keberhasilan pelayanan yang diberikan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia Cabang Luwu Timur ?

Jawaban : yang menjadi ukuran keberhasilan kami yaitu kami dapat memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga nasabah itu sendiri merasa puas dengan pelayanan yang kami berikan.

G. Orang (People)

7. Bagaimana tahap-tahap untuk meningkatkan skill marketing ?

Jawaban : yang pertama kita harus rajin bedah produk, dengan cara berdiskusi antara SDM manager pusat dengan Agency Manger dan para Agen hal ini dilakukan agar kita bisa berbagi ilmu dan pengalaman dalam menjual produk dan juga untukn meningkatkan penjualan produk. Dengan pendekatan MRA (most Respected Agency) guna meningkatkan jumlah nasabah.

8. Kriteria seperti apa yang dibutuhkan Asuransi Jiwa Syariah PT Sun Life Financial Indonesia untuk seseorang yang akan menjual produk syariah?

Jawaban : memiliki jiwa baik, jujur dan mudah bergaul

IAIN PALOPO

Lampiran



Kantor Pemasaran PT Sun Life Financial Indonesia Luwu Timur



**Foto Kegiatan Training Pemasaran Produk Syariah Sun Life Financial Indonesia
Luwu Timur Di Kantor Sun Life Financial**



**Agency Manager Menjelaskan Kualitas Produk Asuransi Syariah
Kepada Calon Nasabah**



Menjelaskan Kualitas Produk Asuransi Syariah Kepada Calon Nasabah



Foto bersama setelah closing Nasabah Syariah Brilliance Amanah



**Para Agency Manager dan Agen meraih reward mengikuti acara
Kegiatan Tahunan Sun Life di Surabaya Tahun 2018**

IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong P. K (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* . Jakarta : Erlangga.
- Anwar, K (2007). *Asuransi Syariah Halal & Maslahat*. Solo: PT. Tiga Serangkai
- Arifn, M. N (2010). *Dasar - dasar Pemasaran Bank syariah*. Bandung : Alfabeta
- Armstrong, P. K (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Craig, JC dan Grant, RM (2014). *Pengembangan strategi bisnis*. Jakarta; Erlangga.
- Henny Medyawati (2013). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Pada Bumi Putera Syariah Cabang Depok*. Program DIII Manajemen Pemasaran; Universitas Gunadarma
- Istiharini (2003). *Peranan Personal Selling Sebagai Salah Satu Alat Promosi Dalam Asuransi*. Bandung: Bina Ekonomi
- Keller, P. K. (2007). *Manajemen Pemasaran* . Indonesia : PT Indeks.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Moleong, (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif, cetakan keempat belas*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Rizka Farhanah (2016). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo*. Fakultas Ekonomi Syariah; IAIN Palopo
- P3EI (2013). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Priansa, B. A. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Rahmawati, W. (2015). *Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah*. Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Ratu Humaemah (2015). *Mekanisme Pemasaran dalam Membumikan Asuransi Syariah*. Program DIII Manajemen Pemasaran; Universitas Gunadarma
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,.
- Ridwan, A. H. (2004). *Perusahaan & Bank Islam: Lembaga Keuangan Syari'ah*. Bandung : Pustaka Bani Quraisy.

Riyanto, Y. (2007). *Metodelogi Penelitian Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Surabaya: UNESA Universitas Press.

Siagian, Sondang. (2008). *Manajemen Strategik*. Bumi Aksara, Jakarta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)

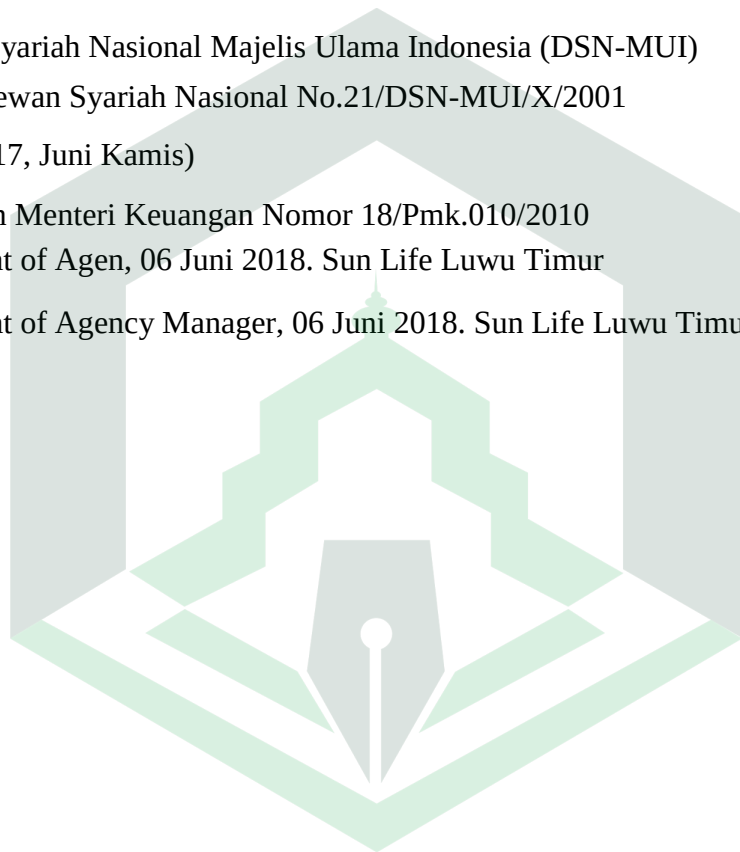
Fatwa Dewan Syariah Nasional No.21/DSN-MUI/X/2001

Ojk. (2017, Juni Kamis)

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 18/Pmk.010/2010

Statement of Agen, 06 Juni 2018. Sun Life Luwu Timur

Statement of Agency Manager, 06 Juni 2018. Sun Life Luwu Timur



IAIN PALOPO