

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Asuransi syariah yaitu yuridiksi pengendalian risiko yang memenuhi ketentuan syariah tolong menolong sebagai timbal balik yang melibatkan peserta dan teknisi syariah yang berdasar dari ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Assunah.¹ Di Indonesia perusahaan asuransi semakin berkembang, perkembangan industri asuransi telah meningkat setiap tahunnya sejalan dengan meningkatnya insurance minded di kalangan masyarakat yang mulai memahami bahwa asuransi merupakan bagian dari kegiatan manajemen risiko yang memberikan jaminan dan proteksi terhadap harta benda serta jiwa seseorang.

Dalam penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan penjualan atau strategi pengembangan penjualan. Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang

¹ Muhaimin Iqbal. *Asuransi Umum Syariah Dalam praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2006), h.2

optimal. Strategi pemasaran adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dicapai oleh perusahaan.²

Di Indonesia perkembangan asuransi bermula sejak lebih dari seratus tahun yang lalu, yaitu semenjak masa penjajahan Belanda. Pada masa itu pemerintah kolonial Belanda memang melakukan penanaman perkebunan besar-besaran di Indonesia dan sekaligus melakukan bisnis perdagangan. Demi menjamin kelangsungan bisnisnya maka pemerintahan Belanda di Indonesia melakukan sebuah sistem proteksi financial bernama asuransi dengan tujuan sebagai bentuk perlindungan terhadap resiko-resiko kerugian yang mungkin terjadi. Perlindungan ini diterapkan di sektor perkebunan dari mulai penanaman pohon, panen hingga diperdagangkan. Sukses mendirikan asuransi pertama bernama De Nederlanden Van 1845, sistem proteksi keuangan inipun akhirnya diterapkan di Indonesia. Adapun perusahaan pertama

² Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 195.

di Indonesia yang didirikan oleh Belanda bernama Bataviaasche Zee End Brand Asrantic Maatshappij yang berbasis sektor asuransi kerugian akibatnya adanya kebakaran dan juga kerugian yang mungkin ditimbulkan akibat adanya permasalahan saat pengangkutan (*transportation*). Pertumbuhan asuransi syariah mengalami pertumbuhan yang kecil seperti PT. Asuransi Takaful Keluarga, PT. Bumiputera Syariah, PT. Prudential, PT. AIA Syariah dimana pertumbuhannya polis rata-rata di bawah 50% dari target rata-rata perusahaan. Berdasarkan observasi awal penelitian terdahulu bahwasanya menemukan permasalahan yang menghambat perkembangan pada perusahaan yang diteliti baik dari pihak perusahaan seperti terkait pemasaran produk yang ditawarkan dan tenaga ahli dalam *marketing*. Tidak hanya itu tingkat ekonomi masyarakat dan tingkat edukasi produk terhadap masyarakat juga menjadi faktor penghambat perkembangan Perusahaan.³

Berdasarkan observasi awal penelitian terdahulu bahwasanya menemukan permasalahan yang menghambat

³ Jalaluddin, (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh Dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah*. Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 4 Nomor 1. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry.

perkembangan pada perusahaan yang diteliti baik dari pihak perusahaan seperti terkait pemasaran produk yang ditawarkan dan tenaga ahli dalam *marketing*. Tidak hanya itu tingkat ekonomi masyarakat dan tingkat edukasi produk terhadap masyarakat juga menjadi faktor penghambat perkembangan Perusahaan.⁴

Ukuran keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangannya adalah mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang menerima produk maka semakin puas dan ini berarti strategi yang di jalankan cukup berhasil. Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan (laba) usaha.⁵

Dalam perusahaan asuransi harus dan sangat perlu adanya manajemen operasional agar produksi teratur dengan baik dan benar sehingga dapat meningkatkan penjualan. Pengertian manajemen operasi tidak terlepas dari pengertian

⁴ Mirza Frananda Kusuma, “*Strategi Pengembangan Asuransi Syariah Bumi Putera Di Aceh Tahun 2016-2018 (Pendekatan Analisis SWOT)*”, (Banda Aceh : UIN Ar-Raniry, 2020)

⁵ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)*, (Lampung:2018), h 7

manajemen pada umumnya, yaitu mengandung unsur adanya kegiatan yang dilakukan dengan mengkoordinasikan berbagai kegiatan dan sumber dan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dengan bertitik tolak pada pengertian tersebut, Fogarty mendefinisikan manajemen operasi sebagai suatu proses yang secara berkesinambungan dan efektif menggunakan fungsi-fungsi manajemen untuk mengintegrasikan berbagai sumber daya secara efisien dalam rangka mencapai tujuan.⁶

Prudential Life Assurance Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia, dengan menggabungkan pengalaman international Prudential di bidang asuransi jiwa dengan pengetahuan tata cara bisnis lokalnya. Prudential Indonesia meluncurkan produk asuransi pertamanya yang dikaitkan dengan investasi (Unit Link) pada tahun 1999. Prudential Indonesia telah mendirikan Unit Usaha Syariah sejak 2007 dan telah di percaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa Syariah di Indonesia sejak pendiriannya. Tanggal 31 desember 2020, Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dengan enam kantor pemasaran di Bandung, Semarang,

⁶ Ali Sadikin, dkk. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. (Yogyakarta: K-Media, 2020), Hal. 250.

Surabaya, Denpasar, Medan, dan Batam serta 371 Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Indonesia. Prudential Indonesia juga terdaftar dan diawasi oleh (OJK) Otoritas Jasa Keuangan. Hingga akhir 2020 Prudential Indonesia melayani 2,8 juta tertanggung yang di dukung oleh lebih dari 243.000 tenaga pemasar yang berlisensi.⁷

Tabel 1 1
Dana Tabarru Asuransi Syariah ter Audit 2015-2020
(dalam jutaan)

| Tahun | Piutang Kontribusi |
|--------------|---------------------------|
| 2015 | 104.435 |
| 2016 | 92.909.000 |
| 2017 | 84.287.000 |
| 2018 | 88.243 |
| 2019 | 109.356.000 |

Untuk meningkatkan jumlah peserta, faktor yang mempengaruhi antara Perusahaan dengan peserta adalah pelayanan yang dilakukan agen pemasaran selaku bagian dari

⁷Prudential Indonesia. 2020. "Asuransi Jiwa Syariah Terbaik." 2020. <https://www.prudential.co.id>.

sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung maupun media sosial kepada masyarakat. Masyarakat sebagai konsituen asuransi adalah ibarat konsumen yang mengharapkan pelayanan yang baik dari Perusahaan, atau “pembeli” yang mengharapkan pelayanan yang baik dari “penjual”, tentu saja harus menyajikan pelayanan yang lebih baik kepada “konsumen” atau “pembeli” dengan begitu, kuantitas ketertarikan masyarakat untuk menjadi peserta dan kualitas kebetahan untuk tetap menjadi peserta asuransi syariah akan semakin meningkat.

Salah satu KPM yang akan saya bahas yaitu Prudential Life Assurance Cabang Cilegon yang merupakan Suatu Lembaga kantor *Agency* yang mana di kantor *Agency* ini agen yang telah bergabung dengan Perusahaan Prudential dan bisa membuat kantor Pemasarannya secara mandiri yang disebut juga dengan Kantor Pemasaran Mandiri atau KPM dengan syarat-syarat tertentu.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merasa perlu untuk mempelajari dan meneliti lebih dalam lagi mengenai bagaimana Strategi pengembangan penjualan yang dilakukan

oleh PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon dalam memasarkan Produk-produk Asuransi yang di angkat menjadi sebuah skripsi dengan judul **“Strategi-Strategi Pengembangan Penjualan Dalam Manajemen Operasional Asuransi Syariah (Studi pada Perusahaan PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon).”**

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan mana yang tidak relevan.⁸ Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah (studi pada perusahaan PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon)” yang objek utamanya merupakan PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon yang ada di Cilegon.

⁸ Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2018).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apa saja strategi-strategi pengembangan penjualan di PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon?
2. Bagaimana pelaksanaan manajemen operasional asuransi syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon?

D. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi-strategi yang dilakukan untuk pengembangan penjualan perusahaan PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen operasional asuransi syariah PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat berguna bagi pihak-pihak terkait di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi penulis penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang ada hubungan dan kaitannya dengan tentang strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah pada perusahaan PT.Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini dapat di jadikan sebuah bahan rujukan dan referensi untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut, terkhusus tentang strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah pada suatu perusahaan asuransi.

2. Manfaat Praktisi

- a. Dalam Pihak lembaga asuransi dapat berguna sebagai bahan rujukan dan referensi untuk mengetahui dan lebih meningkatkan penjualan dari strategi-strategi penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah ini.

F. Penelitian Terdahulu

Untuk penelitian lebih lanjut tidak lepas dari penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan bahwa judul yang peneliti ambil sebelumnya telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, maka dari itu penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitiannya sebelumnya yang di lakukan oleh :

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

| No | Penulis | Persamaan | Perbedaan | Kesimpulan |
|----|-------------|--|--|---|
| 1. | Lia Puspita | Penulis meneliti tentang strategi penjualan dan menggunakan metode penelitian deskriptif | Penulis meneliti tentang strategi agen dalam melakukan pengembangan diri | Dalam penelitian ini penulis membahas strategi agen dalam melakukan pengembangan diri |

| | | | | |
|----|-----------------------------|--|--|---|
| | | kualitatif. | | |
| 2. | Mirza Frananda Kusuma | Strategi pengembangan penjualan | Menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat non eksperimental. | Penelitian ini di lakukan pada lembaga non bank yaitu perusahaan asuransi dan khusus membahas tentang strategi- strategi pengembangan Asuransi Syariah |
| 3. | Estu Permana | Strategi Pengembangan dan menggunakan metode | Penelitian fokus tentang strategi pengembangan sumber daya | Penulis fokus dalam membahas penelitian terhadap |

| | | kualitatif | manusia dan produk | evaluasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan |
|----|----------------------------------|---|----------------------------------|---|
| 4. | Edi Susilo dan Maghfirotn Nikmah | Membahas strategi pemasaran dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif | Membahas strategi pemasaran agen | penelitian menunjukkan strategi yang dilakukan agen asuransi untuk mendapatkan nasabah adalah perencanaan prospek pendekatan dan lain sebagainya. |
| 5. | Dadang | Membahas | Menggunakan | Penulis |

| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| | Asriyadi | strategi pemasaran dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif | pendekatan analisis SWOT dan menggunakan metode penelitian kuantitatif | membahas tentang strategi pemasaran dengan pendekatan analisis SOWT |
| 6. | Ikrar Putra Setiawan, Alfatih S. Manggabaran i dan Jamaluddin Bata Ilyas | Membahas startegi pemasaran | Membahas startegi pemasaran asuransi jiwa | Penulis membahas tentang strategi pemasaran produk asuransi jiwa |
| 7. | Catur Maulana Pamungkas | Membahas tentang strategi pemasaran | Membahas strategi pemasaran asuransi kebakaran | Penulis memfokuskan pada pembahasan strategi |

| | | | | |
|----|---------------|--|--|---|
| | | | | pemsaran asuransi kebaran |
| 8. | Ulfa Hidayati | Membahas tentang strategi pengembanga n usaha menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif | Membahas tentang strategi pengembanga n usaha dalam persektif islam | Penulis fokus pada strategi pengembanga n usaha dalam perspektif islamnya. |

Keterangan :

1. Lia Puspita, pada skripsinya membahas tentang tentang strategi agen dalam melakukan pengembangan diri, ditinjau dari pengetahuan tentang asuransi syariah dan marketing agar dalam pengembangannya bisa menjadikan seorang agen lebih produktif dan memahami, agar terciptanya kepuasan dan kepercayaan para

nasabah terhadap asuransi syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.⁹

2. Mirza Frananda Kusuma, Penelitian ini dilakukan pada lembaga non bank yaitu perusahaan asuransi dan khusus membahas tentang strategi-strategi pengembangan Asuransi Syariah. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kuantitatif yang bersifat non eksperimental.¹⁰
3. Estu Permana, penulis fokus dalam membahas penelitian terhadap evaluasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan dibanding dengan peluang keberhasilan dan ancaman-ancaman yang sudah ada dalam lingkungan yang dilampaui melalui peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia) dan penulis fokus dalam pengembangan produk-produk baru yang berkaitan pada perusahaan asuransi syariah yang menyangkut terhadap peningkatan daya¹¹saing. Peneliti menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif.

⁹ Lia Puspita, Skripsi “*Strategi Pengembangan Diri Agen Asuransi Syariah Dalam Mencapai Target Pada PT.Bringin Life Syariah Kota Bengkulu*”, (Bengkulu :IAIN Bengkulu, 2017)

¹⁰ Mirza Frananda Kusuma, “*Strategi Pengembangan Asuransi Syariah Bumi Putera Di Aceh Tahun 2016-2018 (Pendekatan Analisa SWOT)*”, (Banda Aceh : UIN Ar-Raniry, 2020)

¹¹ Estu Permana, “*Analisis Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produk Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Bandar Lampung)*”, (Lampung : UIN Raden Intan, 2019)

4. Edi Susilo dan Maghfirotn Nikmah (2018) melakukan penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Agen Asuransi Prulink Syariah di Kabupaten Jepara. Hasil penelitian menunjukkan strategi yang dilakukan agen asuransi untuk mendapatkan nasabah adalah dengan mempertahankan siklus berikut: perencanaan (planning), prospek (prospecting), pendekatan (approaching), pencarian fakta (fact finding), presentasi (presentation), penutupan (closing). Untuk mempertahankan nasabah, agen asuransi mengenali nasabah dengan baik, berkunjung ke nasabah secara rutin, memberikan penjelasan dan pemahaman tentang asuransi secara baik, memberikan informasi dan pelayanan secara prima, selalu bersedia saat nasabah membutuhkan pertolongan atas asuransi yang dimiliki, dan memberikan penghargaan di hari-hari atau momen penting nasabah. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik yang digunakan dalam metode penelitian yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dokumentasi, pengolahan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sementara perbedaannya meliputi yaitu pada lokasi penelitian dan pada objek penelitian yaitu

penelitian terdahulu menggunakan Agen Asuransi Prulink Syariah di Kabupaten Jepara¹²

5. Dadang Asriyadi (2019) melakukan penelitian Strategi Pemasaran PT Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life) dengan pendekatan Analisis SWOT. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor internal dan eksternal memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap PT Asuransi Jiwa Taspen. Dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi PT Asuransi Jiwa Taspen, manajemen perusahaan perlu memanfaatkan strategi SO, yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan terbesar untuk mengoptimalkan peluang. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kualitatif dan teknik yang digunakan dalam metode penelitian yaitu observasi, wawancara. Sementara perbedaannya pada lokasi penelitian dan pada objek penelitian, yaitu penelitian terdahulu menggunakan PT Asuransi Jiwa Taspen.¹³
6. Ikrar Putra Setiawan, Alfatih S. Manggabarani dan Jamaluddin Bata Ilyas (2018). Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis

¹² Edi Susilo, Maghfirotn Nikmah, *Strategi Pemasaran Agen Asuransi Prulink Syariah di Kabupaten Jepara*, (Kabupaten Jepara, 2018)

¹³ Dadang Asriyadi, *Strategi Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Taspen (Taspen Life) dengan pendekatan Analisis SWOT*, vol. 15, (Semarang, 2019)

Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Prudential memiliki kekuatan dan peluang yang cukup besar untuk menjalankan strategi pemasaran produk asuransi jiwa berbasis syariah di kota Makassar, 2) Prudential dapat memanfaatkan peluang dan mengoptimalkan kekuatannya untuk mendukung kebijakan pertumbuhan agresif, seperti memperluas jaringan perusahaan dengan membangun cabang di daerah lain dan meningkatkan jumlah agen,serta meningkatkan jenis produk, 3) dan juga penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif¹⁴

7. Catur Maulana Pamungkas (2016), Analisis Strategi Pemasaran Asuransi Kebakaran PT Tripakarta Unit Syariah. Memfokuskan pada strategi pemasaran asuransi kebakaran.¹⁵
8. Ulfa Hidayati (2018), Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu). Memfokuskan pada startegi pengembangan usaha dalam perspektif islam.¹⁶

¹⁴ Ikrar Putra Setiawan, Alfatih S. *Manggabarani dan Jamaluddin Bata Ilyas. Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makassar.* (Kota Makassar, 2018)

¹⁵ Catur Maulana Pamungkas, *Analisis Strategi Pemasaran Asuransi Kebakaran PT Tripakarta Unit Syariah.* (Jakarta: 2016)

¹⁶ Ulfa Hidayati, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu),* (Lampung:2018)

G. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, perusahaan biasanya membutuhkan strategi-strategi pengembangan untuk penjualan semua produknya. Di bawah ini terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Meningkatkan pemasaran dengan acuan manajemen operasional.
2. Lebih peka terhadap produk yang sudah di buat dan sudah dijalankan.
3. Memperbarui setiap strategi yang digunakan jika strategi tersebut tidak adanya timbal balik baik untuk perusahaan.

H. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode deskriptif berarti menganalisis sesuatu masalah tetapi hasilnya disimpulkan yang bersifat tidak luas. Jadi metode penelitian deskriptif kualitatif berarti menganalisis dan menggambarkan suatu masalah dengan apa adanya. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif.

Tujuan penelitian ini untuk mendapatkan pembinaan dan penjelasan tentang strategi-strategi pengembangan penjualan dalam

manajemen operasional asuransi syariah pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.

2. Tempat Penelitian

Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian di PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon, dengan alasan untuk dapat mengetahui strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon untuk mencapai targetnya.

3. Sumber data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang di dapat langsung dari penulis dari pengamatannya secara langsung di lapangan yang berupa gambaran dari strategi-strategi pengembangan penjualan, manajemen operasional, dokumen atau data perusahaan serta wawancara langsung yang di dapat langsung dari PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon

b. Data sekunder

Data sekunder yang dipakai peneliti menggunakan buku-buku, skripsi, jurnal, dan suatu hal yang terkait dengan masalah-masalah yang akan diteliti.

c. Teknik pengumpulan data

1) Observasi

Disini kegiatan, objek-objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, ruang (tempat), dan pelaku adalah suatu informasi yang sudah di dapat dari hasil observasi. Salah satu alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk mengetahui kondisi objek penelitian, khususnya dalam hal strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah pada suatu perusahaan asuransi.

2) Wawancara

Yaitu dengan mewawancarai sumber manusia seperti staff yang menangani dalam marketing atau pemasaran, dan pegawai dalam perusahaan tersebut yang memiliki pengetahuan lebih dalam menjawab masalah ini, dengan teknik wawancara yang tidak begitu formal dan peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan, meskipun ada pertanyaan di luar daftar yang sudah disiapkan akan tetapi penulis akan tetap fokus pada pembahasan yang diteliti.

3) Dokumen

Dokumen dalam penelitian ini yaitu semua data-data dan profil PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.

4. Teknik Analisis Data

- a. Pengumpulan Data, adalah mencari dan meneliti data-data melalui wawancara, observasi langsung, dan dokumen di PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon kemudian melaksanakan pencatatan data.
- b. Reduksi Data, setelah data yang dibutuhkan seperti di atas sudah terkumpul dan tercatat dan tersusun semua, maka selanjutnya adalah memisahkan, menjelaskan, dan jika ada yang perlu dibuang yang tidak perlu dan di analisis dengan baik sehingga nantinya mudah di lakukan penarikan kesimpulan. Jika di rasa data yang di peroleh masih kurang lengkap maka penulis akan mencari data kembali yang di perlukan di lapangan,
- c. Model Data, setelah data tersebut di reduksi data yang biasa di lakukan secara singkat, yang selalu di gunakan dalam penyajian ini adalah teks yang bersifat naratif yang mengumpulkan data dengan beberapa uraian yang akan

mengambil data yang penting dan memilih sesuatu data yang lebih memudahkan peneliti untuk memahami ketika membuat model data yang biasanya fakta dalam bentuk deskripsi atau uraian. Model data memudahkan penulis untuk memahami yang sedang diteliti.

5. Kesimpulan, penarikan kesimpulan dilakukan setelah semua data dikumpulkan.

I. Sistematika Penulisan

Di bawah ini akan disusun sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab dengan rincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membuat Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian, dan Sistemastika Penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas mengenai definisi manajemen operasional, Asuransi Syariah, poin-poin dalam

manajemen operasional, strategi-strategi pengembangan penjualan dalam perusahaan.

BAB III GAMBARAN UMUM PT.PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE CABANG CILEGON

Pada bab ini akan membahas tentang gambaran umum pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon yang terdiri dari profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, tujuan dari perusahaan, struktur organisasi perusahaan, produk-produk asuransi yang ada dalam perusahaan, keunggulan maupun kekurangan perusahaan, penghargaan yang sudah di raih, dll.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini memuat analisis strategi-strategi pengembangan penjualan dalam manajemen operasional asuransi syariah pada perusahaan PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi dari kumpulan hasil dari analisis dan pembahasan yang telah di lakukan secara rangkum dan berdasarkan temuan penelitian di lapangan dan akan di berikan saran-saran yang sekiranya akan berguna atau bermanfaat bagi perusahaan yang penulis teliti