

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Faktor Internal yang Dapat Mempengaruhi Perkembangan Perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang**

Dari hasil penelitian dan wawancara yang penulis dapatkan, mengenai faktor internal yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 cabang Serang, diantaranya yaitu:

##### **1. Agen Asuransi**

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 kesalah pahaman 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.

Agen asuransi dapat disebut sebagai ujung tombak pemasaran asuransi, dalam memutuskan penjualan asuransi

kepada calon nasabah atau pelanggan mereka mewakili perusahaan asuransi, maka agen yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan bisnis asuransi.

Dalam perusahaan asuransi, pada umumnya seorang agen mempunyai tugas yaitu menawarkan dan menjual produk secara langsung kepada calon nasabah dan memberi informasi selengkaplengkapnyanya. Disamping itu juga, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang agen asuransi dan menjadi tugas-tugas yang

Harus dijalankan dengan penuh tanggung jawab, yaitu sebagai berikut:

- a. Menjelaskan kepada masyarakat tentang pentingnya asuransi dalam kehidupan.
- b. Menjelaskan tentang apa, siapa, dan bagaimana kinerja perusahaan asuransi.
- c. Mendapatkan calon pemegang polis atau nasabah sebanyak-banyaknya.
- d. Memegang kepercayaan, baik oleh perusahaan maupun masyarakat.

Adapun kekurangan menjadi agen asuransi yaitu banyak calon nasabah yang merasa tidak percaya, jika calon nasabah tidak percaya mana bisa produk akan terjual dengan sukses meskipun demikian, banyak cara yang bisa dilakukan sebagai seorang agen asuransi untuk membuat calon nasabah yakin dan percaya dengan profesi agen, yang harus dilakukan oleh agen asuransi salah satunya yaitu bersikap jujur pada nasabah, selain harus jujur masih banyak lagi yang harus dilakukan seorang agen. Untuk mengetahui hal-hal apa saja yang harus dilakukan sebagai agen asuransi untuk meyakinkan konsumen yaitu;

a. Jujur saat menawarkan produk

Jujur merupakan salah satu kunci utama untuk menuju kesuksesan sikap jujur ini harus dimiliki oleh setiap orang, tidak terkecuali para agen asuransi. Agen asuransi sangat penting untuk memiliki sifat satu ini agar bisa menarik dan meyakinkan konsumen. Jika agen asuransi tidak bersikap jujur pada konsumen, secara tidak langsung agen telah merusak nama baik perusahaan asuransi. Mana mungkin nasabah akan percaya atau tertarik dengan agen yang tidak bersikap jujur, sikap satu ini bisa menghambat profesi agen karena bukan tidak mungkin, satu nasabah

yang tidak percaya akan mempengaruhi calon nasabah lainnya. Maka dari itu, sebagai nasabah agen harus jujur saat menawarkan produk pada konsumen.

b. Berpakaian rapi saat bertemu nasabah

Untuk meyakinkan calon nasabah, penampilan dari segi luar harus diperhatikan dengan baik, dikarenakan orang lain akan melihat dari penampilan agen saat pertama kali bertemu. Dengan menggunakan baju yang rapi, bisa saja membuat calon nasabah merasa yakin dengan profesi yang sedang jalani.

Karna sebagian besar calon nasabah asuransi biasanya akan memberikan kesan pertama mereka dari segi penampilan yang meyakinkan untuk mengelola keuangan mereka dengan baik, jika agen tidak berpakaian dengan rapi kemungkinan besar calon nasabah asuransi akan berfikir dua kali untuk mempercayakan pengelolaan keuangan mereka kepada agen tersebut, sebagai perwakilan dari perusahaan yang bertemu langsung dengan calon nasabah, agen wajib membuat calon nasabah yakin dengannya, salah satu caranya dengan berpenampilan rapi.

c. Menguasai produk dengan baik

Sebagai agen asuransi harus memiliki modal untuk bisa berbicara dengan baik pada calon pembeli. Untuk itu, sebagai seorang agen asuransi yang harus dilakukan adalah harus bisa menguasai produk asuransi dengan baik. Agen harus mengetahui dengan jelas mengenai segala manfaat dan juga keuntungan yang akan didapatkan dari produk asuransi yang ditawarkan.

Pastikan agen memiliki pengetahuan dan keyakinan yang baik mengenai berbagai macam produk asuransi yang akan dipasarkan nantinya. Dengan demikian agen akan lebih mudah menjelaskan pada calon nasabah untuk membuat agen agar bisa menguasai produk dengan baik, sebaiknya belajar pada agen lain yang khususnya sudah berpengalaman.

Seorang agen asuransi syariah harus memiliki beberapa modal dasar sikap, yaitu :

1. Rasa bertanggung jawab

Tanggungjawab seorang agen asuransi syariah tidak semata-mata hanya kepada klien atau perusahaan yang

diwakilinya, tetapi lebih dari itu ia harus dapat mempertanggungjawabkan semua transaksi yang dilakukan kepada Allah Swt.

## 2. Mandiri

Seorang agen asuransi syariah tidak boleh menggantungkan suatu keberhasilan hanya semata bersumberkan dari referensi, produk ataupun nama besar perusahaan. Keberhasilan seorang agen dipengaruhi oleh faktor diri sendiri, ia memiliki rasa percaya diri meyakini bahwa dirinya mampu dan bisa mandiri.

## 3. Kreatif

Islam selalu mengajarkan kepada umatnya untuk selalu berkreasi dan berinovasi dalam menciptakan suatu produk atau dalam memberikan pelayanan kepada para konsumennya. Terlebih pada kondisi dunia yang sudah semakin canggihnya teknologi canggih seperti saat ini.

## 4. Selalu optimis dan tidak mudah putus asa

Agen asuransi syariah di dalam berusaha tidak pernah mengenal kata putus asa, ia akan selalu optimis atas segala upaya dan kerja keras yang telah dilakukannya.

Dalam ajaran islam ditanamkan sikap selalu optimis dan tidak mudah putus asa.

5. Jujur dan dapat dipercaya

Kejujuran merupakan modal dasar di dalam keberhasilan usaha, terutama dalam bisnis jasa keuangan sebagaimana halnya bisnis di bidang asuransi sebagai bisnis kepercayaan. Salah satu ciri orang beriman adalah ia akan aman dan jujur apabila diberikan kepercayaan kepada dirinya.

6. Sabar dan tidak panik ketika mengalami kegagalan

Seorang agen asuransi syariah jangan mudah putus asa dan panik ketika ada salah satu calon prospeknya yang gagal untuk *closing*. Seorang agen asuransi syariah yang beriman akan menjadi optimis dan menjadikan kegagalan itu sebagai sebuah pembelajaran dalam menjajaki calon prospek yang lain dan optimis di lain kesempatan akan dapat *closing*.

Dari penjelasan di atas seorang leader atau atasan wajib mengarahkan dan menumbuhkan sikap dan poin-poin di atas, karna seorang leader bertanggung jawab atas kinerja

para agen mereka, supaya dapat bekerja dengan baik dan dapat memenuhi target dan goal dari perusahaan dengan baik, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain bahkan menjadi yang terbaik dari perusahaan asuransi lain, karna incom terbesar perusahaan berasal dari para nasabah yang membayar premi asuransi mereka.

## **2. Produk**

Produk yang dihasilkan oleh perusahaan asuransi berupa jasa, ketika perusahaan menawarkan produknya kepada masyarakat, perusahaan harus memilii keyakinan bahwa produk yang akan diluncurkan itu memang dirancang untuk dapat memuaskan keinginan konsumen/nasabah. Oleh karena itu, proses merancang sebuah produk, bukan sekedar menyangkut penentuan manfaat apa yang akan dipenuhi, melainkan juga menyangkut keputusan desain produk, nama merek, jaminan, citra produk dan lainnya. Dalam strateginya juga harus merinci rangkaian tindakan yang harus diambil perusahaan sehubungan dengan produk dan sasaran jangka panjang yang dicapai.

Agar produk yang dibuat dapat diterima pasar, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang



sesuai dengan keinginan nasabahnya. Produk yang berkualitas tinggi artinya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing atau sering disebut produk plus, bagi dunia asuransi syariah produk plus harus selalu diciptakan setiap waktu, agar dapat menarik calon konsumen baru atau mempertahankan konsumen yang lama. Produk plus yang diciptakan harus memiliki keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan produk sejenisnya.

Dalam suatu perusahaan harus memiliki yang namanya strategi produk oleh karena itu ada beberapa strategi yang sering dipake oleh perusahaan yaitu;

a. Penentuan logo dan motto

Serangkaian ciri khas suatu asuransi sedangkan motto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi misi dalam melayani masyarakat.

b. Menciptakan merek

Karena jasa memiliki keaneka ragaman, maka setiap jasa harus memiliki nama, tujuannya agar mudah dikenal dan diingat masyarakat.

c. Menciptakan kemasan

Dalam dunia asuransi kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada nasabah atau bentuk tawaran produk yang dapat menarik perhatian para nasabah.<sup>1</sup>

**B. Faktor Eksternal yang Dapat Mempengaruhi Perkembangan Perusahaan PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang**

**1. Pasar**

Pasar sangat penting bagi setiap perusahaan yang menjual produk berupa barang ataupun jasa terutama jasa akan proteksi jiwa seseorang yakni Asuransi Syariah yang target utamanya tentu adalah jiwa seseorang, akan tetapi kesadaran masyarakat di Indonesia, khususnya di Kota Serang masih sangat rendah akan pentingnya memiliki Asuransi untuk mempersiapkan kemungkinan yang mungkin terjadi.

Dalam hal ini perusahaan menginginkan masyarakat sadar dan menerima dengan suka rela memiliki asuransi, terutama Asuransi Syariah, menurut OJK baru sekitar 12 persen

---

<sup>1</sup> Wawancara, Bapak Ade Jaya Sutisna, direktur PT AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang, pada tanggal 16 Oktober 2018, pukul 16.10 WIB

saja penduduk Indonesia yang menggunakan produk dan jasa perasuransian, dapat disimpulkan bahwa di Indonesia = 1 banding 0,02, artinya dari 100 orang di Indonesia hanya 2 orang yang memiliki Asuransi.

Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah mengenai risiko yang akan datang dikemudian hari. Hal ini dikarenakan asuransi dianggap bukan sebagai kebutuhan yang utama tapi sebagai kebutuhan pelengkap, yang selanjutnya yaitu faktor kekhawatiran masyarakat terhadap asuransi ini bisa berupa takut kalau semisal sudah mengikuti asuransi tetapi ketika mendapatkan kemalangan tidak mendapatkan klaim dari perusahaan hal ini biasanya di sebabkan oleh omongan orang lain yang tidak mendapatkan klaim dari perusahaan asuransi tertentu dan disebar-sebarkan kepada masyarakat umum sehingga berdampak pada pihak asuransi lain, selain itu masyarakat yang sudah ikut asuransi khawatir tidak bisa meneruskan pembayaran premi.

Apabila masyarakat pedesaan sudah mengetahui adanya asuransi syariah belum tentu mereka mau menggunakan jasa tersebut, karena keadaan ekonomi masyarakat pedesaan cenderung menengah kebawah, sedangkan dalam jasa asuransi,

setiap orang yang mengikuti asuransi diwajibkan membayar premi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat, bisa satu bulan sekali atau dua bulan sekali tergantung kesepakatan diawal. Dengan adanya pembayaran premi masyarakat desa yang ekonominya menengah ke bawah akan merasa keberatan, jangankan membayar premi, untuk kebutuhan hidup sehari-hari saja mereka masih kesulitan. Maka dari itu ini suatu tantangan perusahaan asuransi bagaimana untuk menciptakan produk yang bisa terjangkau oleh masyarakat dalam pendapatan rendah, dan memberikan sosialisasi agar masyarakat pelosok akan pentingnya asuransi.

Seretnya penetrasi pasar karena jumlah agen asuransi syariah masih rendah. Selain itu, perilaku pasar keuangan syariah, terutama soal minat masyarakat terhadap industri asuransi syariah, biasanya memang bertumpu pada keinginan personal dengan nilai agama sebagai salah satu faktor kecenderungannya. Maka agar industri asuransi syariah ke depannya bisa semakin berkembang, dan bisa menyumbang implementasi keuangan syariah dalam tingkat nasional.

Oleh karena itu, jumlah agen asuransi syariah menurutnya juga harus dikembangkan, agar bisa lebih bersaing

dalam hal *market share* dengan para agen asuransi konvensional.<sup>2</sup>

Dilihat dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, maka PT. AJS Bumiputera 1912 Kantor Pemasaran Syariah Serang dapat dilihat berdasarkan tabel analisis SWOT sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Analisis SWOT pada PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang**

<b>F</b>	<b>Kekuatan (S)</b>	<b>Kelemahan (W)</b>
<b>A</b>	1. Reputasi yang baik di	1. Kurang gencarnya
<b>K</b>	masyarakat sebagai	promosi yang dilakukan
<b>T</b>	perusahaan pertama di	perusahaan melalui media
<b>O</b>	Indonesia.	yang tersedia.
<b>R</b>	2. Memeberikan pelatihan	2. Kurangnya SDM
	kepada calon agen pemasaran	pemasaran
<b>I</b>	untuk meningkatkan kualitas	
<b>N</b>	agen pemasaran.	
<b>T</b>	3. Tempat yang strategis dan	

---

<sup>2</sup> Wawancara, Bapak Ade Jaya Sutisna, direktur PT AJS Bumiputra 1912 Cabang Serang, pada tanggal 30 Oktober 2018, pukul 10.25 WIB

<b>E</b> <b>R</b> <b>N</b> <b>A</b> <b>L</b>	<p>mudah dijangkau.</p> <p>4. Memberikan kenyamanan dalam pelayanan kepada nasabah karena dana nasabah dikelola secara syariah.</p> <p>5. Menjalin kerja sama dengan perguruan-perguruan tinggi</p>	
<b>F</b> <b>A</b> <b>K</b> <b>T</b> <b>O</b> <b>R</b> <b>E</b> <b>K</b> <b>S</b> <b>T</b> <b>E</b>	<p style="text-align: center;"><b>Peluang (O)</b></p> <p>1. Sebagian besar mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, jika diambil 80% saja yang muslim, maka ada lebih 180 juta potensi pasar yang bisa digarap.</p> <p>2. Produk-produk PT. AJB Bumiputera 1912 Cabang Serang terhindar dari unsur gharar, maysir, dan riba tentu memberikan rasa aman bagi masyarakat muslim.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Ancaman (T)</b></p> <p>1. Ketidakstabilan teknologi</p> <p>2. Munculnya pendatang baru pada pengelolaan produk yang sejenis.</p> <p>3. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk berasuransi.</p> <p>4. Agen illegal.</p>

<b>R</b>  <b>N</b>  <b>A</b>  <b>L</b>	<p>3. Banyak mempunyai refrensi calon nasabah baru.</p> <p>4. Makin banyaknya lembaga atau institusi yang membutuhkan jasa asuransi syariah.</p> <p>5. Perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga menjadikan media promosi yang cukup banyak.</p>	
--	---	--

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.

Berikut akan diuraikan analisis dengan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan menghasilkan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan PT. AJS Bumiputera 1912 Cabang Serang, sebagai strategi pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah.

**Tabel 4.2****Hasil Analisis Matriks SWOT**

<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<p>1. Memberikan rasa aman dan percaya kepada masyarakat dalam berasuransi sesuai dengan prinsip syariah.</p> <p>2. Mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.</p> <p>3. Memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai pihak yang berbasis syariah guna memperluas jaringan nasabah.</p> <p>4. Meningkatkan promosi melalui kemajuan teknologi informasi.</p>	<p>1. Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar.</p> <p>2. Meningkatkan SDM pemasaran guna memperluas pangsa pasar.</p>



<b>Strategi WT</b>	<b>Strategi ST</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kemampuan SDM untuk menghadapi persaingan industri asuransi syariah.</li> <li>2. Mampu mengoptimalkan sistem informasi jaringan yang luas dalam menentukan sistem yang baik.</li> <li>3. Memaximumkan ragam pilihan produk dengan meningkatkan promosi melalui berbagai media.</li> <li>4. Meningkatkan sosialisasi terhadap manfaat asuransi syariah dilapisan masyarakat.</li> <li>5. Secara terus menerus</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membenahi sarana dan prasarana dalam bidang teknologi agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya.</li> <li>2. Menjaga kualitas produk dan terus melakukan inovasi produk yang diluncurkan</li> <li>3. Membangun kepercayaan masyarakat untuk mulai berasuransi sehingga masyarakat merasa butuh, bahwa asuransi itu sesuatu yang dibutuhkan.</li> <li>4. Menciptakan dan meningkatkan SDM yang berkualitas khususnya</li> </ol>

memperbaiki program pelatihan untuk SDM dengan mengevaluasi tingkat keberhasilan program pelatihan SDM yang sudah dijalankan.	bagian pemasaran harus lebih memahami asuransi syariah.
---	---

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.