

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Munculnya kebutuhan terhadap asuransi berawal dari gaya hidup masyarakat yang berubah dari sebelumnya berkelompok, saling membantu dan bekerjasama diantara komunitasnya menjadi individualis. Perubahan perilaku ini kemudian memerlukan solusi dengan cara berasuransi untuk memberikan keamanan bagi jiwa dan harta mereka secara kolektif melali lembag tertentu yaitu asuransi.¹ Kebutuhan akan jasa asuransi kini makin dirasakan baik perorangan, dunia usaha maupun intansi-intansi pemerintah di Indonesia. Asuransi merupakan suatu bisnis yang sangat banyak kaitan kepentingannya dengan masyarakat pengguna jasa asuransi.

Asuransi merupakan sarana finansial dalam tata kehidupan rumah tangga, baik dalam menghadapi risiko

¹ Ai Nur Bayinah dkk, *Akuntansi Asuransi Syariah* (Jakarta Selatan : Salemba Empat, 2017), h. 11

kematian, ataupun menghadapi risiko atas harta benda yang dimiliki.²

Banyaknya perusahaan yang meluncurkan berbagai produk dengan berbagai keunggulan, membuat setiap perusahaan harus lebih mampu menarik minat para konsumen, hal ini selain merupakan perhatian manajemen produksi, juga merupakan paling penting bagi manajemen pemasaran untuk dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen. Karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang menjadi perhatian bagi manajemen pemasaran. Pemasaran memegang peranan penting sebagai kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Oleh karenanya pemasaran mempunyai

² “Analisis Peran Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah” <http://docplayer.info/>, diakses pada 1 Okt, 2019, pukul 13.17 WIB.

peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya.³

Seorang marketing sering disebut ujung tombaknya perusahaan, karena ia memang bertugas untuk memitigasi serta memahami pasar dengan sangat baik, termasuk mampu memenuhi target penjualan sesuai dengan yang diharapkan.⁴ Dalam meningkatkan jumlah peserta asuransi, strategi pemasaran harus berlaku jujur dan terus terang. Kejujuran dalam berkata dan bersikap merupakan keharusan bagi setiap muslim. Dimana perusahaan asuransi harus mempromosikan secara benar dan gamblang apa yang ada dalam asuransi, baik dari segi produk, harga, kemudahan fasilitas yang ditawarkan, serta kenyamanan para pesertanya. Peserta akan merasa dirugikan apabila tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan. Dan jika berbicara tentang pemasaran asuransi tidak terlepas dari seorang agen.

³ Oktovina Yesi Putrianti, "*Strategi Pemasaran PT. Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Prulink Syariah*", (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2015), h. 6

⁴ Irham Fahmi. SE.,M.Si,*Manajemen Strategis*,(Bandung : Alfabeta, 2015), h. 71

Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan asuransi untuk mencari, membuat, mengubah atau mengakhiri kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan asuransi dengan publik dan agen juga bisa disebut penghubung antara konsumen dengan perusahaan.⁵ Dalam persaingan ekonomi dunia zaman saat ini perusahaan harus mampu mempertahankan eksistensinya dihadapan masyarakat, Bumiputera Syariah 1967 Cabang serang menyadari betapa pentingnya mempertahankan kesetiaan nasabah, dengan menjaga konsistensi dalam memberikan produk-produk yang berkualitas dan baik. Nasabah atau peserta asuransi syariah merupakan hal yang paling terpenting dalam berjalannya suatu perusahaan, maka peran agen dalam hal ini menjadikan dirinya sebagai tombak atau perantara antara perusahaan dan nasabah agar terciptanya nasabah yang loyal terhadap perusahaan sehingga tidak ada keraguan dalam diri nasabah dalam berasuransi dan tidak pindah ke perusahaan lain.

⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Pemasaran Staregik Pada Asuransi Syariah* (Bekasi : Gramata Publishing, 2015), h. 210

Konsumen yang loyal merupakan tujuan akhir dari setiap perusahaan. Konsumen yang loyal juga memiliki beberapa keuntungan bagi perusahaan, diantaranya konsumen yang loyal kurang sensitif terhadap harga, tetap berlangganan atau membeli produk perusahaan untuk periode yang lama dan menyebarkan informasi yang positif tentang perusahaan dan produk yang ditawarkan.⁶ Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang, maka dengan semakin banyaknya konsumen yang loyalitas terhadap perusahaan, semakin besar keuntungan yang diperoleh dari seorang konsumen tersebut.

Dalam menumbuhkan loyalitas nasabah untuk terus berasuransi di Perusahaan Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang tentu tidak mudah, disamping perusahaannya harus baik disini juga agen harus berperan aktif dalam memberikan kepercayaan kepada nasabah sehingga dalam diri konsumen tumbuh rasa loyalitas dan tidak ada rasa ragu ketika

⁶ Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelangga*, (Jakarta: Zifatama Publisher, 2014), h. 109

berasuransi ke pada perusahaan Bumiputera Muda Cabang Serang.

Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan atau meningkatkan loyalitas peserta asuransi, salah satunya adalah dengan meningkatkan kompetensi tenaga penjualan (agen). Dalam *marketing relationship theory* menjelaskan bahwa banyak faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen pada perusahaan diantaranya adalah kompetensi agen dan kepercayaan konsumen pada *salesperson*. Kompetensi *salesperson* berpengaruh signifikan dan berhubungan secara langsung terhadap kepercayaan pelanggan pada agen. Pelanggan mempercayai *salesperson* karena memiliki sesuai harapan pelanggan dan menimbulkan pelanggan untuk mempercayai perusahaan. Sementara kompetensi adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi atas keterampilan dan pengetahuan serta didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud untuk meninjau atau menganalisis lebih dalam tentang peran agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah. Oleh karena itu itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Peran Agen Dalam Meningkatkan Loyalitas Peserta Asuransi Syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang ?
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang ?

C. Fokus Penelitian

Dalam suatu penelitian, batas ruang lingkup penelitian penting diterapkan. Dengan tujuan agar penelitian ini tidak menyimpang dari materi yang akan diteliti. Selain untuk memudahkan peneliti fokus terhadap penelitian yang akan dilakukan dan juga bertujuan agar pembahasan materi tidak melebar atau terlalu luas apa yang akan diteliti, mengingat dengan keterbatasan waktu, tenaga pikiran dan sebagainya. Maka peneliti memberikan fokus penelitian tentang Peran Agen dalam Meningkatkan Loyalitas Peserta Asuransi Syariah (Studi Pada PT. Bumiputera Muda 1967 Syariah Cabang Serang).

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana Peran Agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

2. Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi Agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Cabang Serang.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan baru di dalamnya:

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan salah satu karya tulis ilmiah yang dijadikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana, dan penelitian ini juga dapat menjadi ilmu pengetahuan yang baru mengenai agen yang belum didapatkan sehingga mengetahui bagaimana perkembangan yang terjadi.
2. Bagi perusahaan, dengan penulisan ini diharapkan membantu dan memudahkan pihak-pihak terkait secara langsung maupun tidak langsung dalam upaya mengoptimalkan peran agen terhadap perusahaan.
3. Bagi akademisi, penulisan ini diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran pengetahuan sehingga dapat menjadi bahan pembelajaran yang bisa di sampaikan

kepada mahasiswanya dan dapat menjadikan masukan baru serta menambah referensi untuk dijadikan penelitian dimasa yang akan datang.

4. Bagi masyarakat, dengan adanya penulisan ini diharapkan bisa memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peran agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Setelah dilihat dari beberapa sumber perpustakaan dan jurnal banya sekali peran agen dalam meningkatkan penjualan polis, menyelesaikan proses penyelesaian klaim akan tetapi tidak ditemukan bagaimana peran agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah, sebagai bahan perbandingan.

Adapun kajian pustaka dalam penelitain ini dengan melihat beberapa skripsi:

Penelitian yang dilakukan oleh Winda Rahmawati “Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah Studi Kasus Pada AJB Bumiputera

1912 Syariah Kantor Cabang Semarang”. Program studi Ilmu Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah peran agen di tinjau dari usaha-usaha agen antara lain, antara lain yaitu mencari calon pelanggan, menetapkan sasaran, berkomunikasi, menjual dan melayani. Agen adalah orang yang ditugaskan perusahaan untuk mencari dan penghubung antara perusahaan dan nasabah. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah bagaimana agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa Ul Hikmah, “Analisis Tingkat Pemahaman Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah studi kasus pada AJB Bumiputera 1912 Syariah Cabang Banda Aceh”. Program Studi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam

⁷ Winda Rahmawati, *Analisis Peranan Agen Dalam Meningkatkan Penjualan Polis Asuransi Syariah*, (Semarang, UIN Walisongo, 2015), h. 100 & 101

Negeri Ar-Raniri Banda Aceh 2018. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemahaman agen sangat penting untuk merencanakan, memiliki wawasan yang luas, memiliki akhlaq yang baik, span santun, dan berkomunikasi yang baik. Jika agen mampu menerapkan perannya dengan baik maka agen tersebut akan sangat mudah dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah cara agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah dan objek penelitian perusahaannya berbeda.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Noviyarni “Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Di PT. Bumiputera Syariah Cabang Ciputat”. Program Studi Muamalah (Ekonomi Islam) Konsentrasi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2011. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat di simpulkan bahwa agen sangat penting

⁸ Nisa UL Hikmah, *Analisis Tingkat Pemahaman Dan Peran Agen Dalam Meningkatkan Minat Nasabah*, (Semarang, UIN Ar-Raniry, 2018), h. 89-91

dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah, mempertahankan dan meningkatkan pasar yang dan memperluas pasar terutama untuk masyarakat yang menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi berjenjang, selain itu juga agen berperan dalam melakukan kegiatan pendidikan kepada masyarakat dengan mengenalkan perencanaan keuangan dan pengelolaan resiko dalam asuransi, langkah yang dapat dilakukan agen dalam dengan cara memberikan pendidikan masyarakat diantaranya pelatihan, ceramah dan seminar. Perbedaan dengan penelitian penulis adalah cara agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah dan objek penelitian perusahaannya berbeda.⁹

Penelitian yang dilakukan Oleh Nurullaili “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware Studi Pada Konsumen di Universitas Dipenogoro” Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Dipenogoro, Semarang 2013. Berdasarkan hasil penelitian

⁹Noviyarni, *Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah* (Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h. 54-55

dapat disimpulkan bahwa kualitas yang dimiliki oleh Tupperware adalah bagus, oleh karena itu kualitas dari produk hendaklah dipertahankan agar konsumen tetap loyal karena saat ini banyak bermunculan produk-produk yang menyerupai Tupperware. Harga produk Tupperware yang sangat tinggi bagi menengah kebawah dirasakan tidak terjangkau sehingga mereka harus mencicil apabila ingin membeli oleh karena itu maka loyalitas terjadi karena adanya faktor dari harga dan kualitas dari Tupperware itu sendiri. Perbedaannya dari penelitian ini adalah objek penelitiannya beda yaitu tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen tupperware.¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Daniel Iman Santoso “Gaya Kepemimpinan dan Loyalitas Karyawan Di Perdana Elektronik” Program Studi Manajemen di Universitas Kristen Petra, Surabaya 2017. Berdasarkan hasil penelitian dari enam indikator loyalitas yang di sampaikan oleh Siswanto (2010) mengenai aspek-aspek loyalitas karyawan

¹⁰Nurullaili, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware* (Jurnal : Administrasi Bisnis, Vol II), h. 96

yaitu pada peraturan, kesukaan terhadap pekerjaan, kemauan untuk bekerjasama, hubungan antar pribadi, dan tanggung jawab kepada perusahaan dan lima syarat Utomo (2002) ketiga karyawan perdana elektronik memenuhi semua indikator dan syarat. Ini menunjukkan bahwa karyawan di Perdana Elektronik memiliki tingkat loyalitas tinggi kepada perusahaan. Perbedaan dari penelitian ini adalah objek yang diteliti yaitu tentang gaya kepemimpinan dan loyalitas karyawan dan tempat penelitian di Perana elektronik.¹¹

G. Kerangka Pemikiran

Agen asuransi merupakan penghubung antara konsumen dan perusahaan.¹² Seorang agen harus bisa menarik nasabah agar bisa berasuransi maka dari itu perusahaan PT. Bumiputera Muda Syariah Cabang Serang perlu mempunyai agen yang pandai dalam segala hal karena agen sangat berpengaruh dalam bisnis asuransi dan peran

¹¹ Daniel Iman Santoso, *Gaya Kepemimpinan Dan Loyalitas Karyawan Di Perdana Elektronik* (Jurnal : Aggora, Vol V)

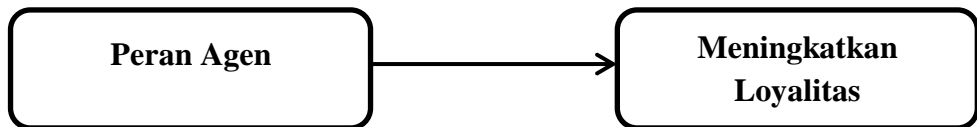
¹² M. Nur Rianto Al Arif, *Asuransi Syariah Kesehatan Pendidikan Dan Jiwa* (Bekasi: Gramata Publishing, 2015), h. 210

agen di zaman moderen seperti saat ini sangat vital keadaannya sebagai ujung tombak dalam memasarkan produk-produk yang ada di perusahaan itu sendiri. Agen asuransi juga merupakan orang yang ditunjuk perusahaan asuransi untuk memasarkan produk asuransi dari perusahaan yang bersangkutan. Sebab agen, ia mempunyai kewenangan untuk mewakili perusahaan dalam melakukan transaksi dengan calon tertanggung. Berurusan dengan agen sama artinya berurusan langsung dengan perusahaan asuransi. Agen sangat berpengaruh dalam bisnis asuransi, salah satu faktor yang mempengaruhi antara perusahaan jasa dengan konsumen adalah pelayanan yang dilakukan oleh agen selaku bagian dari sumber daya manusia yang menawarkan produk secara langsung pada masyarakat atau konsumen. Kinerja agen merupakan akumulasi hasil agen baik secara individu maupun perusahaan. Memiliki agen yang unggul sangatlah menguntungkan bagi perusahaan, misalnya dapat meningkatkan loyalitas peserta asuransi, karena loyalitas akan mendatangkan profit dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, agen yang berkualitas mempunyai peran penting di dalam perusahaan asuransi syariah, tanpa agen yang berkualitas dan produktif, kegiatan dalam asuransi syariah tidak mungkin berjalan dengan baik, peran agen merupakan akumulasi hasil diperoleh agen baik secara individu maupun dalam perusahaan. Peran yang baik terhadap perusahaan akan menimbulkan kepuasan sendiri kepada perusahaan, misalnya mampu meyakinkan nasabah agar terus-menerus secara konsisten mengkonsumsi jasa pada penyedia jasa atau perusahaan yang sama serta menjadikannya sebagai pilihan pertama dari berbagai alternatif yang ada dan memenuhinya dengan perilaku serta memberikan sikap dan kesadaran yang baik dengan mengabaikan yang mempengaruhinya untuk berpindah ke perusahaan atau penyedia jasa lainnya.¹³

¹³ Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta : Zifatama Publisher, 2014), h. 108

Gambar 1.1
Kerangka Konseptual



H. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian digunakan untuk mengumpulkan data guna mendapatkan jawaban atas pokok permasalahan, sehingga data yang diperoleh dari penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Penelitian merupakan suatu sarana pokok dalam pengembangan ilmu pengetahuan maupun teknologi. Hal ini disebabkan, oleh karena itu penelitian bertujuan untuk mengungkapkan kebenaran secara sistematis, metodologi, dan konsisten. Melalui proses

penelitian tersebut diadakan analisa dan konstruksi terhadap data yang telah dikumpulkan dan diolah.¹⁴

Penelitian hukum merupakan kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika dan pemikiran tertentu, yang bertujuan untuk mempelajari gejala hukum dengan cara menganalisa, selain itu juga dilakukan pengkajian yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut, untuk kemudian mengusahakan suatu pemecahan atas permasalahan yang timbul dalam gejala yang bersangkutan.

Metodologi merupakan sebuah pengetahuan keterampilan artinya sebagai pengetahuan ia dapat dipelajari atau dibaca dari buku-buku dan memberikan pengetahuan bagi yang mempelajarinya. Akan tetapi dengan pengetahuan saja belum merupakan jaminan bagi yang bersangkutan untuk mempergunakan dan menerapkannya dalam suatu kegiatan pendidikan. Karena penelitian merupakan sarana ilmiah bagi pengembang ilmu pengetahuan dan teknologi,

¹⁴ Pungky Jati Aji Suprabawa, *Asuransi Jiwa*, (Surakarta: Universitas Muhamadiyah, 2010), h. 13

maka metode yang diterapkan harus sesuai dengan ilmu pengetahuan yang menjadi induknya. Sebagai satu kegiatan ilmiah memiliki karakteristik kerja ilmiah yaitu :

1. Bertujuan;
2. Sistematis;
3. Terkendali;
4. Obyektif
5. Tahan Uji.

Penelitian dilakukan dalam rangka menunjang kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dalam artian pengamatan ilmu untuk kepentingan masyarakat sesuai dengan prinsip-prinsip “Ilmu Alamiah dan Amal Ilahiah”.

Hasil penelitian pada akhirnya adalah suatu kemaslahatan masyarakat banyak dan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebaik-baiknya. Dalam penelitian ini penulis memakai metode penelitian yang telah ada yang penulis sesuaikan dengan obyek yang sedang penulis teliti. Sehingga hasil yang

diperoleh adalah benar-benar menggambarkan fakta yang terjadi dilapangan. Metode penelitian yang digunakan sebagai berikut :¹⁵

1. Metode Pendekatan

Penelitian ini mendasarkan pada penelitian hukum yang dilakukan dengan pendekatan doktrinal, karena dalam penelitian ini hukum dikonsepsikan, sebagai norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat negara yang berwenang. Hukum dipandang sebagai suatu lembaga yang otonom, terlepas dari lembaga-lembaga lainnya yang ada di masyarakat,. Oleh karena itu pengkajian yang dilakukan, hanyalah “terbatas” pada peraturan perundangpundangan (tertulis) yang terkait dengan objek yang diteliti.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini di lakukan di PT. Bumiputera Muda 1967 Kantor Cabang Serang. Penentu lokasi penelitian ini dilakukan secara *purposive*, yang didasarkan pada

¹⁵ Pungky Jati Aji Suprabawa, *Asuransi Jiwa*, (Surakarta: Universitas Muhamadiyah, 2010), h. 12

pertimbangan-pertimbangan, yaitu : *pertama*, karena di daerah ini merupakan kota besar yang masyarakatnya banyak sebagai nasabah asuransi *Kedua*, banyak nasabah yang belum menggunakan produk asuransi secara jangka panjang *Ketiga*, banyak masyarakat yang belum tersadarkan dengan penggunaan produk secara berkala dan terus menerus *Keempat*, mudah diajak kerjasama dan mudah birokrasinya.

3. Spesifikasi Penelitian

Tipe kajian dalam penelitian ini lebih bersifat deskriptif, karena bermaksud menggambarkan secara jelas, tentang berbagai hal yang terkait dengan objek yang diteliti, yaitu analisis peran agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah di PT. Bumiputera Muda 1967 Kantor Cabang Serang.

4. Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini membutuhkan dua jenis data yang berasal dari dua sumber yang berbeda, yaitu :

a. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari bahan-bahan pustaka, yang meliputi :

1. Dokumen-dokumen tertulis, yang bersumber dari peraturan perundang-undangan (hukum positif Indonesia), buku-buku literatur, dokumen-dokumen resmi, arsip dan publikasi lembaga-lebaga yang terkait.
2. Dokumen-dokumen yang berumber dri data-data statistik, baik yang dikeluarkan oleh intansi pemerintah, maupun oleh perusahaan, yang terkait dengan fokus permasalahannya.

b. Data Primer

Yaitu data yang berupa keterangan-keterangan yang berasal dari pihak-pihak yang terlibat dengan objek yang diteliti, yang dimaksudkan untuk dapat lebih memahami maksud dan arti data sekunder yang ada.

5. Metode Pengumpulan Data

1) Studi Kepustakaan

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, yang dilakukan dengan cara, mencari, menginventarisasi dan mempelajari peraturan perundang-undangan, doktrin-doktrin, dan data-data sekunder yang lain, yang terkait dengan objek yang dikaji. Adapun instrumen pengumpulan yang digunakan berupa form dokumentasi, yaitu suatu alat pengumpulan data sekunder, yang berbentuk format-format khusus, yang dibuat untuk menampung segala macam data, yang diperoleh selama kajian dilakukan.¹⁶

2) Wawancara

Metode ini dipergunakan untuk mengumpulkan data primer, yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara secara bebas terpimpin, dengan berbagai

¹⁶ Pungky Jati Aji Suprabawa, *Asuransi Jiwa*, (Surakarta: Universitas Muhamadiyah, 2010), h. 14

pihak yang dipandang memahami objek yang diteliti.

6. Metode Analisis Data

Data yang telah terkumpul dan telah diolah akan dibahas dengan menggunakan metode normatif kolutatif, yakni suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah, berdasarkan dengan norma-norma hukum, doktrin-doktrin hukum dan teori ilmu hukum yang ada, pembahasan pada tahap awal dilakukan dengan cara melakukan inventarisasi terhadap peraturan perundang-undangan yang terkait dengan persoalan yang menjadi objek kajian.¹⁷

I. Sistematika Penulisan

Pembahasan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab yang terdiri :

¹⁷ Pungky Jati Aji Suprabawa, *Asuransi Jiwa*, (Surakarta: Universitas Muhamadiyah, 2010), h. 15

Bab Ke-Satu adalah tentang Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab Ke-Dua adalah tentang konsep asuransi, tentang konsep agen untuk meningkatkan loyalitas asuransi syariah, pada bab kedua ini berisi tentang Pengertian Asuransi, Pengertian Asuransi Syariah, Landasan Hukum asuransi Syariah dan Prinsip-prinsip Asuransi Syariah, Pengertian Agen, Tugas-tugas Agen, Definisi Loyalitas, Loyalitas Nasabah.

Bab Ke-Tiga adalah Kondisi obyektif PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah Cabang Serang, pada bab ini berisis tentang Sejarah PT. Asuransi Bumiputera Muda 1967, Profil PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah, visi dan misi PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah, Struktur Organisasi PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah Cabang Serang, Produk yang ada Di PT Asuransi Bumiputera Muda 1967.

Sistem Agensi asuransi pada PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah Cabang Serang.

Bab Ke-Empat adalah Pembahasan dan Hasil Penelitian, pada bab ini berisi tentang Peran agen Dalam Meningkatkan Loyality Peserta Asuransi Syariah dan Faktor-faktor yang mempengaruhi agen dalam meningkatkan loyalitas peserta asuransi syariah Pada PT. Asuransi Bumiputera Muda Syariah Cabang Serang dan Deskripsi Analisis Data.

Bab Ke-Lima adalah kesimpulan dan saran pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari apa yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.