

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Di era globalisasi ini, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang sangat pesat, canggih dan modern, namun juga membawa risiko yang dapat menimbulkan kerugian seperti kerusakan, kehilangan, kecelakaan dan bahaya lainnya bagi diri sendiri. Kemungkinan kerugian yang diderita inilah yang disebut risiko yang belum jelas kapan terjadi dimasa akan datang, manusia tidak ingin menderita kerugian dan selalu mencoba untuk mencegah atau mengalihkan risiko yang mungkin akan dihadapinya. Upaya untuk mengalihkan risiko tersebut itu bisa dirasakan sasarannya setelah pengalihan risiko dilakukan melalui suatu perjanjian, yaitu perjanjian pertanggungan yang dikenal lebih luas dan digunakan dengan kata asuransi.

Pada awal tahun 2020 dunia dikejutkan oleh wabah virus corona (covid-19) yang menginfeksi hampir seluruh negara di dunia. Masyarakat Indonesia kini mulai memahami betapa pentingnya memiliki sebuah asuransi, baik asuransi jiwa atau asuransi kerugian. Mengingat bahwa asuransi adalah jaminan untuk mengurangi kerugian yang diderita nasabah, maka setiap perusahaan asuransi memiliki keunggulan produk yang berbeda saat menawarkan dan memberikan pelayanan kepada para calon nasabahnya. Asuransi jiwa atau asuransi kerugian adalah dua jenis asuransi yang populer di Indonesia. Dengan memiliki asuransi nasabah dapat mengurangi atau meminimalisir kekhawatiran yang terjadi dimasa depan. Asuransi jiwa dapat menjamin nasabah dengan memberikan fasilitas rumah sakit,

sedangkan asuransi kerugian dapat melindungi harta benda yang dimiliki nasabah seperti rumah beserta isinya, kendaraan bermotor, maupun apartemen. Misalnya asuransi rumah yaitu untuk melindungi ancaman bahaya yang tidak terduga seperti kebakaran, pencurian, dan lain sebagainya.

Asuransi merupakan lembaga keuangan non bank (LKNB) yang bergerak dibidang perasuransian yang memberikan pelayanan atau jasa kepada masyarakat luas dalam mengatasi atau meminimalisir risiko akibat suatu kerugian, kerusakan, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan. Dengan adanya asuransi pada umumnya akan membangun kepercayaan dalam menjalani kehidupan. Asuransi adalah persiapan yang dilakukan oleh sekelompok orang yang masing-masing menghadapi kerugian kecil yang tidak terduga, apalagi kerugian ini menimpa salah satu anggota dari perkumpulan tersebut maka kerugian tersebut akan ditanggung bersama.

Asuransi jiwa syariah dibentuk pada tahun 1979 di Sudan dengan nama *Sudan Islamic Insurance* (Asuransi Islam), pada tahun yang sama Unit Emirat memperkenalkan asuransi jiwa syariah. Pada tahun 1981 Swis mendirikan asuransi jiwa bernama *Dar Al-Mall Al-Islami*, kemudian di Luksembrug pada tahun 1983, dikenal sebagai *Takafol Islami Perusahaan* (ITC). Pada saat yang sama Bahrain mendirikan perusahaan asuransi jiwa syariah dengan nama *Syarikat Al-Takafol Al-Islamiah*. Di asia asuransi jiwa syariah pertama kali diperkenalkan di Malaysia pada tahun 1985 dengan nama *Takaful Malaysia* (Nopriasyah: 2016, h. 5-7).

Asuransi syariah merupakan usaha yang saling melindungi dan tolong-menolong di antara sejumlah orang yang melalui penanaman modal (investasi) dalam bentuk asset atau premi yang dikumpulkan oleh para tertanggung untuk menghadapi risiko tertentu melalui kontrak atau akad (tijarah dan tabbaru) yang sesuai dengan syariah tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *zhulm*, *riba*, dan *risywah*. Masyarakat muslim sekarang sangat memerlukan asuransi untuk melindungi harta benda dan keluarga mereka yang tidak terduga terjadi musibah, asuransi memang tidak bisa mencegah dari musibah tapi setidaknya bisa menanggulangi akibat dari musibah yang terjadi. Asuransi yang berdasarkan syariah bertumpu pada konsep tolong-menolong dalam kebaikan dan ketakwaan. Hal tersebut selaras dengan perintah Allah Swt dalam sebuah ayat Al-Qur'an yang diperintahkan kepada manusia untuk saling tolong-menolong dalam kebaikan . sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Maidah/5:2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: *Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.*

Keberhasilan perusahaan asuransi syariah tidak bisa luput dari para agen. agen asuransi merupakan ujung tombak dari keberhasilan pencapaian target penjualan perusahaan, agen harus memberikan pelayanan yang baik dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan dan finansial baik individu maupun kelompok seperti kebutuhan yang berkaitan dengan kesehatan atau harta benda. Seorang agen

asuransi dapat meyakinkan para nasabah atau calon nasabah bahwa perusahaan asuransi akan melindungi dirinya dan keluarganya dari risiko serta memberikan ketenangan kepada para nasabah dengan perlindungan tambahan dari manfaat polis yang sudah dimiliki mereka tanpa adanya biaya premi tambahan.

Diantara banyak perusahaan asuransi tersebut salah satunya perusahaan asuransi Allianz adalah suatu perusahaan yang menawarkan jasa asuransi yang terbilang tua yang berasal dari Jerman. Allianz memulai bisnisnya di Indonesia dengan membuka kantor perwakilan di tahun 1981. Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama di Indonesia dengan perusahaan asuransi umum pada tahun 1989. Kemudian, Allianz memasuki bisnis asuransi jiwa, kesehatan dan dana pensiun dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia di tahun 1996. Di tahun 2006 Allianz Utama dan Allianz Life memulai bisnis asuransi syariah. Kini Allianz Indonesia didukung oleh lebih dari 1000 karyawan dan lebih dari 40.000 tenaga pemasar atau agen serta ditunjang oleh jaringan mitra perbankan dan mitra distribusi lainnya, untuk melayani lebih dari 10 juta tertanggung di Indonesia (Profil PT Asuransi Allianz).

Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), terdapat 1.642 klaim terkait covid-19 yang dibayarkan oleh perusahaan asuransi jiwa pada bulan Maret-Juni 2020. Klaim tersebut digunakan untuk biaya pengobatan rujukan rumah sakit dalam dan luar negeri, serta risiko meninggal dunia akibat covid-19. Dimana jumlah tersebut terdiri dari 1.578 klaim asuransi kesehatan senilai Rp 200,6 miliar atau mencakup 92,9 persen dari total klaim, adapun 64 klaim lainnya senilai Rp

15,38 miliar merupakan dari pembayaran asuransi jiwa atas risiko meninggal dunia akibat covid-19. AAJI mengapresiasi perusahaan asuransi jiwa dimasa pandemi covid-19 tetap memberikan perlindungan kepada masyarakat masuk ke dalam proteksi walaupun sudah dikategorikan sebagai penyakit pandemi.

Dampak pandemi covid-19 ini, membuat industri asuransi mengalami perolehan premi yang tumbuh lambat, keuntungan yang diperoleh sebagian besar asuransi menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan belum ditemukan penangkal pandemi covid-19 maka belum diketahui juga kapan berakhirnya pandemi yang berdampak kepada potensi pertumbuhan industri, karena pembatasan interaksi fisik serta penurunan daya beli masyarakat Indonesia. Pada bulan Desember 2019 industri asuransi masih mampu mencatat pertumbuhan premi hingga 15,65%. Pemerintah menerapkan pengaktifan kembali kegiatan bisnis dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang membuat era baru bagi industri asuransi, sehingga perusahaan asuransi harus menerapkan manajemen risiko yang tepat agar tetap *survive* dan kompetitif (Achmad, 2020).

Perkembangan dan peningkatan terhadap penggunaan pelayanan jasa asuransi dari tahun ke tahun telah menjadi perhatian di kalangan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dengan merebaknya persaingan antar perusahaan jasa asuransi. Kegiatan pemasaran sebagai salah satu kegiatan operasional perusahaan merupakan hal yang penting untuk mencapai target penjualan serta memperkenalkan produk dan jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat, maka penting bagi para agen asuransi untuk mempelajari dan memahami konsep dasar

asuransi serta bagaimana sistem kerja asuransi, karena cara menjual produk asuransi sedikit berbeda dengan produk lain seperti perbankan. Hal ini dikarenakan produk asuransi meminimalisir risiko yang dimana hal tersebut umumnya belum pernah dialami oleh calon nasabah, sedangkan nasabah yang sudah lama harus menyerahkan sejumlah uang dalam kurun waktu tertentu secara rutin dengan jangka waktu yang telah disepakati.

Kesuksesan penjualan produk asuransi tergantung pada agen, nasabah dapat mengetahui produk asuransi lewat agen melalui media sosial atau media cetak selama pandemi covid-19 ini secara keseluruhan menggunakan digital marketing. Jadi banyak hal yang harus dipersiapkan untuk menjadi agen salah satunya harus menguasai pasar dan produk yang sekiranya cocok untuk kebutuhan nasabah yang akan diprospek, tentu bukan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan para agen asuransi dalam meningkatkan pencapaian target penjualan produk kepada nasabah. Oleh karena itu, perlu adanya pembinaan dalam mengasah pengetahuan dalam memperluas jaringan bisnis suatu perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja agen asuransi syariah.

Selama pandemi covid-19 PT Allianz tetap menyediakan produk dengan harga premi yang relatif murah dalam menyesuaikan kebutuhan calon nasabahnya, hal tersebut tentunya dapat mempermudah agen dalam menjual produk diberbagai kalangan masyarakat dengan memberikan keterangan yang jelas dan dapat menarik konsumen. Penawaran produk asuransi dapat melalui digital marketing lewat media sosial seperti whatsapp, instagram, facebook, youtube dan sebagainya, hal tersebut

dapat membantu perluasan penyebaran informasi sekaligus menumbuhkan minat atau daya beli masyarakat akan produk asuransi jiwa syariah. Dalam meningkatkan target penjualan suatu produk maka dibutuhkan adanya strategi pemasar atau agen. Suatu produk tidak akan dibeli atau tidak dikenal oleh calon nasabah apabila tidak mengetahui kegunaan dan keunggulannya, dimana produk dapat diperoleh dengan harga yang terjangkau untuk itulah nasabah yang menjadi sasaran oleh perusahaan yang perlu diberikan informasi tentang produk asuransi yang jelas dan lengkap. Apabila strategi pemasar atau agen dilakukan dengan baik dan konsisten, maka target penjualan akan semakin terlihat meningkat sesuai kemampuan strategi para agennya dalam menawarkan produk asuransi jiwa syariah tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dan masa pandemi covid-19 yang terjadi hampir seluruh dunia, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Agen Asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin Dalam Mencapai Target Penjualan Produk Asuransi Jiwa Syariah Di masa Pandemi Covid-19”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan untuk diteliti lebih dalam. Adapun permasalahan yang akan diteliti, yaitu:

1. Bagaimana strategi agen asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19?

2. Apa saja kendala para agen asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai penyusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi agen asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19
2. Untuk mengetahui apa saja kendala para agen asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan setelah penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
  - a. Sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan pengetahuan yang lebih luas kepada pembaca pada umumnya seputar tentang strategi agen asuransi dalam meningkatkan target penjualan

produk asuransi jiwa syariah dimasa pandemi covid-19 yang dijalankan dengan baik dan bermanfaat bagi pelaku bisnis maupun masyarakat.

- b. Sebagai pemikiran yang dapat memberikan pengetahuan, dan pengembangan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Asuransi Syariah dengan tujuan untuk menambah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa lainnya.

## 2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti, selain itu juga sebagai wujud nyata dalam penerapan ilmu-ilmu yang diterima selama di bangku kuliah.
- b. Bagi Akademisi/Peneliti, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan ataupun bahan acuan bagi peneliti lain yang ingin mendalami lagi mengenai strategi agen asuransi dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah dimasa pandemi covid-19 yang dilakukan di PT Allianz Cabang Banjarmasin dan sebagai bahan referensi bagi kalangan akademik.
- c. Bagi Perusahaan atau lembaga, dapat memberikan informasi yang mana manajemen dan produk asuransi jiwa syariah tetap berjalan, sehingga dapat dijadikan bahan kajian jika ada hal yang kurang didalamnya.

## **E. Definisi Operasional**

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman yang berkaitan dengan memberikan batasan-batasan istilah dalam judul skripsi, antara lain:

### **1. Strategi pemasar atau agen**

Strategi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap berjalan dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan dengan cara mempertahankan dan meningkatkan penjualan. Tujuan ini dapat dicapai apabila strategi agen perusahaan melakukan dengan baik maka akan mencapai target penjualan untuk menangkap peluang yang ada.

Strategi agen asuransi Allianz adalah sebelum memasarkan produknya harus memilih dan menilai yang diprospek, melakukan suatu perencanaan (*planning*), pendekatan (*approaching*), prospek (*prospecting*), pencarian fakta (*fact finding*), presentasi produk (*presentation*), menangani keberatan/ penundaan dan penutupan (*closing*).

### **2. Agen Asuransi**

Pada bab 1 ketentuan umum pasal 1 ayat 1 dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang Perasuransian yang disebutkan agen asuransi adalah orang

yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha yang bertindak untuk dan atas nama perusahaan asuransi syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi syariah dalam memasarkan produk asuransi syariah (Hariadi & Tritanti, 2017).

Agen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seorang pemasar yang menjadi ujung tombak perusahaan yang membangun citra perusahaan dimata masyarakat. Seorang agen juga harus membangun kepercayaan masyarakat atau nasabah untuk ikut bergabung dalam pentingnya berasuransi.

### 3. Pandemi Covid-19

Coronavirus Disease 2019 atau yang biasa disingkat dengan covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh SAR-Cov-2 salah satu jenis koronavirus, penderita covid-19 yaitu mengalami demam, batuk kering, dan kesulitan bernafas. Gejala ini awal mula pada 11 Februari 2020 World Health Organization (WHO).

### 4. Asuransi Jiwa (*Life Insurance*)

Asuransi jiwa merupakan salah satu asuransi syariah yang didasari prinsip tolong-menolong dan memberikan perlindungan dalam menghadapi musibah kematian dan kecelakaan atas diri seseorang yang diasuransikan (Gemala, 2007, h.153).

## **F. Kajian Pustaka/ Penelitian Terdahulu**

Adapun penelitian sebelumnya yang merunut penulis sangat relevan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Lia Puspita, penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Diri Agen Asuransi Syariah Dalam Mencapai Target Pada PT Bringin Life Syariah Kota Bengkulu”. Penelitian ini diteliti tahun 2017 dan bertempat di PT Bringin Life, penelitian ini berisikan tentang strategi pengembangan diri agen asuransi syariah agar mencapai target yaitu dengan memberikan pengarahan, pengawasan, pelatihan kepada agen-agen yang bertujuan untuk memperdalam pengetahuan tentang produk asuransi serta manfaatnya, dan bagaimana mempertahankan nasabah lama agar dapat terus bermitra kerja sama dengan asuransi Bringin Life Cabang Bengkulu. Dan strategi pengembangan diri agen asuransi syariah agar mencapai target pada PT Bringin Life syariah cabang Bengkulu yaitu membuat database prospek serta mengumpulkan referensi sebanyak-banyaknya, membuat rencana kerja, jadwal untuk memprospek dari referensi yang telah ada, menjaga polis-polis nasabah yang telah menjadi anggota/nasabah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif dan kajian pustaka (*library research*). Data yang digunakan yaitu data primer diperoleh melalui wawancara, dokumentasi, dan data sekunder melalui buku-buku, jurnal, dan artikel yang berhubungan dengan masalah penelitian, dan sama-

sama meneliti tentang strategi agen. sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini dengan penelitian saya adalah judul penelitian, objek penelitian, masalah penelitian, dan terjadi dimasa pandemi covid-19.

2. Sri, Ramadani dan Annio Indah Lestari. (2019). “Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Jiwa Syariah Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Medan”. Penelitian ini berisikan tentang strategi pemasaran produk dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi jiwa. Hasil penelitian ini mengoptimalkan keluasaan pangsa pasar serta jaringan yang mendukung antar agen dan meningkatkan fleksibilitas dalam mekanisme pelayanan pengurusan klaim. Bumi putera sendiri juga sangat menjaga kenyamanan kepada nasabah agar nasabahnya merasa nyaman dengan produk bumi putera terutama nasabah yang sudah bertahun-tahun lamanya. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian terdahulu menggunakan penelitian kualitatif dan teknik yang digunakan dalam metode penelitian yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara perbedaan pada objek yang diteliti, lokasi penelitian terdahulu di PT Asuransi Jiwa Bumi Putera Medan, produknya juga berbeda, penelitian terdahulu meningkatkan nasabah, sedangkan penulis meningkatkan penjualan produk asuransi. Dan penulis penelitian sekarang terjadi dimasa pandemi covid-19.
3. Danu, Suprayogi. (2018).” *Penerapan Strategi Pemasaran Di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Bandar Lampung Dalam Meningkatkan*

*Penjualan Produk Assalam Family*". Penelitian ini berisikan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk assalam family, yang mengalami setiap tahunnya. Dalam meningkatkan penjualan produk assalam family PT Asuransi Jiwa Syariah dengan strategi berikut. Pertama, merencanakan pasar yang akan dituju oleh marketing. Kedua, merekrut agen sebanyak-banyaknya untuk menjual produk assalam tersebut. Ketiga, meningkatkan kinerja dibagian marketing. Keempat, memberikan harga yang sesuai standar perusahaan-perusahaan lain agar dapat bersaing. Kelima, memanfaatkan teknologi dizaman modern. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah bahwa dalam penelitian terdahulu menggunakan penelitian kualitatif dan teknik yang digunakan dalam metode penelitian yaitu, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sementara perbedaan dalam strateginya, dari segi produk yang dipasarkan. Perbedaan pada lokasi penelitian dan pada objek penelitian, yaitu penelitian terdahulu menggunakan objek pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Bandar Lampung, dan dimasa pandemi *covid-19*.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah sistematika pembahasan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap per bab. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan, berisi tentang latar belakang yang menguraikan alasan untuk memilih judul ini dari permasalahan yang akan diteliti. Rumusan

masalah, dasar dari penelitian ini dilakukan. Tujuan penelitian, menjawab dari rumusan masalah. Kegunaan penelitian, manfaat dari penelitian. Definisi operasional, batasan-batasan istilah makna dari judul penelitian. Kajian pustaka, berisikan persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu.

2. Bab II berisi Landasa Teori, Pada bab ini akan dibahas masalah yang berhubungan dengan objek kajian penelitian ini melalui teori yang relevan serta buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
3. Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis data.
4. Bab IV laporan hasil, berisi tentang hasil dan pembahasan penelitian ini yang menguraikan analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan .
5. Bab V penutup, pada bab ini berisi tentang simpulan serta saran dan keterbatasan dari penulis yang merupakan hasil dari penelitian ini yang dapat memberikan manfaat dari pihak yang membutuhkan.