

## **BAB IV**

### **LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah Singkat PT Allianz Cabang Banjarmasin**

Allianz merupakan salah satu perusahaan terbesar yang berada di banyak tempat di dunia, yang bergerak dalam bidang layanan asuransi atau perlindungan dan manajemen asset. Allianz berdiri pada tahun 1890 di Berlin, Jerman tepatnya pada tanggal 05 Februari 1890. Allianz di Eropa dimulai pada tahun 1893, yaitu di London Allianz membuka kantor cabang internasional pertamanya. Di bawah pimpinan Paul Von Naher pada tahun 1904, Allianz melakukan ekspansi dengan membuka pasar di Amerika Serikat dan sebagainya. Allianz sebagai perusahaan yang sangat berpengalaman dan mempunyai posisi finansial yang kuat.

Saat ini Allianz lebih dari 70 negara di seluruh dunia dan melayani lebih dari 76 juta nasabah diseluruh dunia. Allianz memulai bisnisnya di Indonesia dengan membuka kantor perwakilan pada tahun 1981. Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Utama Indonesia beroperasi memberikan pelayanan dibidang asuransi umum pada tahun 1989. Semakin berkembangnya Allianz memasuki bisnis asuransi jiwa, kesehatan dan dana pensiun dengan mendirikan PT Asuransi Life Indonesia pada tahun 1996, merupakan salah satu perusahaan asuransi terdepan di Indonesia.

Pada tahun 2006 Allianz Utama dan Allianz Life memulai bisnis Asuransi Syariah, hal ini berdasarkan keputusan Menteri Keuangan Nomor: KEP-440/KM.5/2005 pada Desember 2005 Tentang Pemberian Izin Pembukaan Kantor Cabang dengan prinsip syariah dan rekomendasi Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor: U-132/DSN-MUI/VII/2005 Tentang Rekomendasi Penetapan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Kini Allianz Indonesia didukung oleh lebih 1.000 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. Sedangkan Allianz di Asia telah hadir diberbagai wilayah pada tahun 1910 yang menyediakan asuransi kebakaran dan maritim dikota-kota pesisir Cina. Saat ini Allianz aktif di 16 pesisir diwilayah tersebut yang menawarkan beragam asuransi dengan bisnis properti, asuransi kecelakaan, asuransi jiwa, asuransi kesehatan dan manajemen asset lainnya. Allianz melayani kebutuhan yang lebih dari 21 juta para nasabah diwilayah ini yang melalui berbagai saluran distribusi dan platfrom digital yang lebih dari 36.000 staf. Izin dai OJK pada PT Asuransi Allianz Life Indonesia Nomor: 513/KMK.071/1996. Dan dari PT Asuransi Allianz Utama Indonesia Nomor: Kep.238/KM.13/1989.

Asuransi Allianz masuk pertama kali pada bulan maret tahun 2003 di Jl. A.Yani KM.2 setelah itu pada tahun 2006 kantor asuransi life berada di Jl. Pangeran Samudera No.16, Kertak Baru Hilir. Melalui kantor ini Allianz dalam melayani costumernya memiliki berbagai keperluan seperti pendaftaran asuransi allianz, asuransi kesehatan, dan asuransi jiwa. Saat ini Allianz juga sudag memiliki layanan

yang berbasis syariah dengan nama asuransi Allianz Syariah, sehingga costumernya bisa memiliki pilihan yang lebih banyak dalam mengelola asuransinya.

## 2. Profil PT Asuransi Allianz Cabang Banjarmasin

Nama Instansi : PT Allianz Pangeran Samudera

Alamat : Jl. Pangeran Samudera No.16, Kertak Baru Hilir, Kec. Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Kode Pos 70122.

Telepon : (05511) 3358278

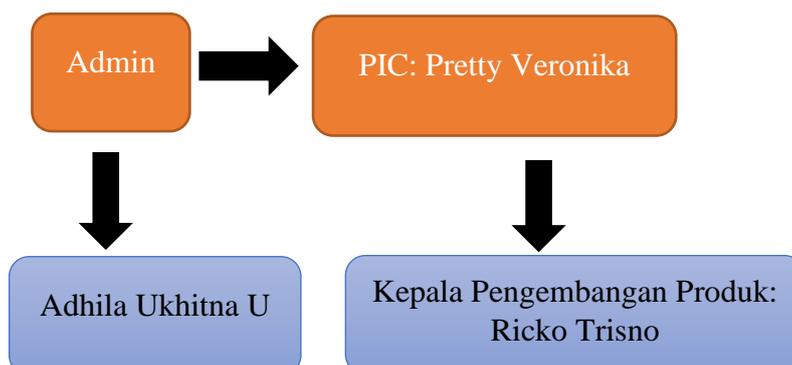
Website : <https://www.allianz.co.id>.

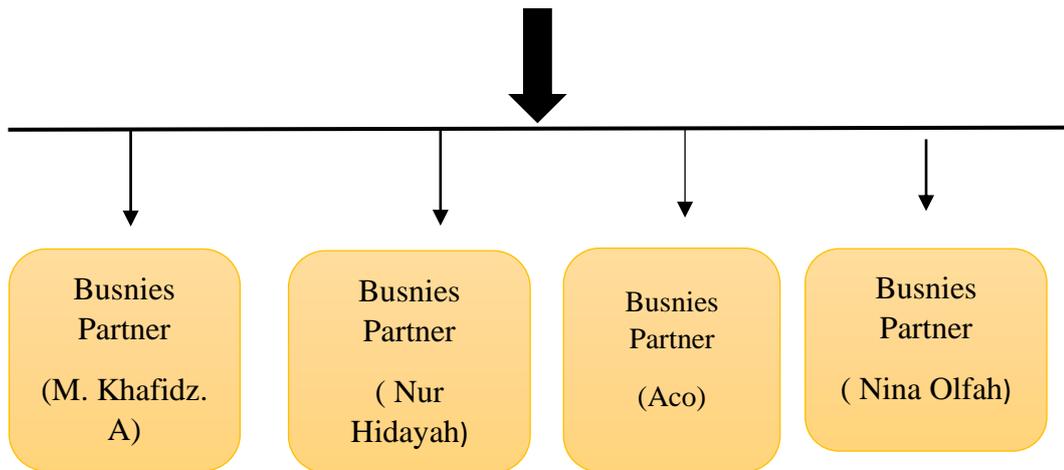
## 3. Visi dan Misi PT Allianz

- a. Visi Asuransi Allianz adalah pilihan utama, merk terpercaya yang memberikan pelayanan dan pengalaman tak terlupakan.
- b. Misi Asuransi Allianz adalah dikenal sebagai penyedia perlindungan asuransi dan solusi keuangan dengan budaya kinerja tinggi untuk mencapai keuntungan yang berkelanjutan.

## 4. Struktur Organisasi Allianz

**Gambar 4.1**





**Sumber : PT Allianz Life Cabang Banjarmasin**

#### 5. Keunggulan dari PT Allianz Life

Ada beberapa keunggulan dari asuransi Allianz berdasarkan pada jasa asuransi yang ditawarkan, sebagai berikut:

- a. Memiliki tingkat kemampuan finansial Allianz Life dalam membayar klaim nasabah dengan sangat baik.
- b. Dalam pelayanan Allianz Life sangat baik bagi nasabah yang menjalani rawat inap, dengan melalui aplikasi Allianz Hospital Assistant, sehingga tertanggung dan keluarganya tidak perlu pusing memikirkan biaya perawatan rumah sakit.
- c. Pengajuan dan pembayaran klaim sangat cepat karena dana diatur dengan baik.
- d. Produk yang ditawarkan sangat beragam dengan premi yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan nasabah.

- e. Daftar rumah sakit bagi rekanan Allianz sangat banyak dan tersebar di seluruh Indonesia maupun di luar negeri, sehingga kamu bisa memilih rumah sakit terbaik.

## **B. Analisis Data**

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti dengan cara wawancara peneliti mendapatkan data-data yang berhubungan dengan strategi agen asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19 dari para informan, yaitu Direktur, Manager, dan Agen.

Identitas Informan:

No	Nama	Umur	Jabatan	Masa jabatan
1.	Pretty Veronika	46	Directur	17 Tahun
2.	Aco	50	Manajer	15 Tahun
3.	Herry Saputra	30	Agen	8 Tahun
4.	M. Wahyudi	44	Agen	6 Tahun
5.	M. Wailan	23	Agen	4 Tahun

### **1. Strategi Agen Asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin Dalam Mencapai Target Penjualan Produk Asuransi Jiwa Syariah Di masa Pandemi Covid-19**

Untuk pemasaran produk asuransi Allianz terbagi beberapa bagian yaitu, Agency manager yang bertugas menjalin hubungan, membina, dan

mengembangkan team, sehingga adanya kerja sama yang saling menguntungkan dan saling membantu satu sama lain. Sales manager yang bertugas merekrut agen yang akan mendidik, mengawasi dan membimbing agen dalam pencapaian target kantor cabang serta menangani berbagai masalah atau menjadi konsultan nasabah. Jadi seorang sales manager harus selalu mengontrol agen atau konsultan bawahannya dan memberikan arahan-arahan serta memotivasi agennya agar menjadi lebih baik. Finansial consultant yang bertugas melakukan evaluasi terhadap pasar agar produk dapat diterima dipasar dan mengikuti perkembangan pasar yang sekarang ini.

Perusahaan asuransi dalam mendorong upaya meningkatkan kinerja agen asuransi dalam pelaksanaan tugasnya adalah dengan memasang pencapaian sebuah target. Di Allianz pada tahun 2020 telah menunjukkan ketangguhannya dalam mempertahankan kinerja yang optimal di tengah pandemi. Hal ini dikarenakan oleh transformasi dan inovasi digital Allianz yang telah lakukan selama bertahun-tahun. Berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia Pendapatan asuransi jiwa tumbang sebesar 11,9% pada tahun 2021, sejalan dengan pertumbuhan pendapatan premi Allianz Life Indonesia sebesar 12,29% lebih besar dari pertumbuhan sebesar 8,2% yang dicapai oleh seluruh sektor.

Hasil yang positif ditahun ini dalam peningkatan klaim sebesar 20,35%, walau masih dibawah angka tertinggi tahun 2020 sebesar 43,5%, meskipun berdampak pada pendapatan, pertumbuhan pendapatan premi yang mengalami peningkatan sebesar 18%, ini menjadi bukti pengembangan produk asuransi hingga perekrutan karyawan dari peningkatan peningkatan pelatihan hingga perluasan

layanan online digital, serta membangun kepercayaan akan pentingnya berasuransi di masyarakat luas.

Pemasaran produk selalu dilakukan dengan baik secara langsung ataupun lewat media sosial karena mengiringi perkembangan zaman yang semakin modern dan juga sekarang ini adanya pandemi covid-19 yang menjadi salah satu pemicu yang tinggi untuk melakukan pemasaran penjualan produk asuransi dengan melakukan strategi digital marketing lewat media sosial yang digunakan seperti whatsapp, instagram, facebook, youtube, dan sebagainya, agar terciptanya pencapaian target penjualan produk asuransi jiwa syariah ( Hery Saputra).

Selaras dengan terjadinya pandemi covid-19 yang didorong oleh peningkatan tingkat vaksinasi, dan pembatasan jarak fisik, aktivitas bisnis mengalami pemulihan bisnis keagenan menyumbang 57,2% dari total pendapatan. Dengan kerja keras tim ditambah dengan pelatihan yang mencakup keterampilan, setiap karyawan mendapatkan pelatihan selama 30 jam baik secara langsung maupun secara daring. Perpaduan antara komitmen, dan kepercayaan diri dalam memberikan saran serta melayani nasabah yang membuktikan keberhasilan dalam sebuah pendekatan yang unggul dalam membangun bisnis baru.

Lisensi dan pelatihan daring untuk agen Allianz memperlihatkan hasil yang signifikan, dengan mencapai rekor lebih dari 29.000 agen baru pada tahun 2021. Para agen telah menggunakan digital platform yang sangat bermanfaat untuk mengembangkan keterampilan mereka. Allianz eAZy cover dan Allianz Discover memastikan bahwa pelanggan dan agen penjualan mendapatkan keuntungan

melalui proses yang mudah dan cepat tanpa risiko untuk bertemu langsung. Allianz mempermudah perlindungan bagi nasabah lama atau nasabah baru di tengah pandemi covid-19 ini dengan memberikan berbagai manfaat dan kemudahan yaitu dengan santunan tambahan, digital sales *onboarding*, hingga pengajuan klaim secara elektronik (*e-claim*) (Pretty Veronika).

Dimana para agen melakukan strategi dalam penjualan produk asuransi dengan lewat platform digital atau media cetak yang setiap harinya memberikan update informasi terbaru tentang keunggulan dan manfaat produk yang ditawarkan dan memberikan bukti-bukti klaim nasabah bisa dilihat di website resmi yaitu

<https://www.allianz.co.id>. semua informasi bisa langsung konfirmasi ke-*email*.

Agan harus mempunyai banyak cara atau inisiatif untuk melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai produk asuransi jiwa syariah lewat digital marketing dalam memasarkan produk asuransi akan lebih cepat untuk dapat mencapai target penjualan saat pandemi covid-19 dalam memprospek calon nasabah bisa lewat media sosial dengan cara *camvassing* atau *refla* (Aco, 2022).

Strategi agen lainnya juga memberikan contoh dalam memasarkan produk asuransi syariah yaitu asuransi ini ibarat mobil yang memiliki ban 4 dan harus memiliki ban cadangan, kenapa jadi harus ada ban cadangan karena jika salah satu dari ke empat ban tadi bermasalah maka ban cadanganlah yang menggantikannya sama seperti halnya asuransi, jika salah satu keluarga tertimpa musibah maka asuransilah yang menjadi proteksi/ pertanggungannya. Jadi maksud asuransi ini adalah unsur untuk berjaga-jaga sebagai pengalihan risiko apabila kepala keluarga

tertimpa risiko. Dan menjelaskan keunggulan atau manfaat dari produk asuransi jiwa syariah yang mana terlebih jelas berbeda dengan produk-produk asuransi konvensional dan juga para agen lebih menonjolkan nilai keagamaan dikarenakan dalam produk asuransi syariah ada unsur ibadah yang dimana sebagian premi disisihkan untuk infaq, sedekah. Dalam asuransi syariah ini tidak mengenal yang namanya dana hangus, dari keistimewaan ini yang dijadikan agen sebagai strategi untuk mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah dalam pemasarannya, sehingga dalam strategi ini sebagai penunjang untuk menyakinkan calon nasabah untuk ikut bergabung di PT Allianz Cabang Banjarmasin (wahyudi, 2022).

### **Produk-produk asuransi Allianz**

#### **a. Produk Allianz Jiwa Syariah**

- 1) Allisya Protection plus, yaitu produk asuransi jiwa syariah dengan mempunyai program asuransi *unit linked* syariah yang memberikan kebutuhan perlindungan asuransi secara maksimal, disertai plus potensi nilai investasi.
- 2) Allisya Maxi Fund plus, yaitu program asuransi jiwa unit link syariah dengan solusi perlindungan asuransi seumur hidup untuk kesejahteraan keluarga, disertai dengan mewujudkan niat untuk berinvestasi secara jangka panjang.
- 3) Allianz Tasbih, yaitu program produk asuransi syariah yang membantu dalam merencanakan biaya perjalanan ibadah haji dengan manfaat perlindungan jiwa dan evakuasi medis.

- 4) Allisya Aman, yaitu program produk asuransi jiwa tradisional syariah yang memberikan solusi perlindungan asuransi kematian dan penyakit kritis.
  - 5) Allisya Care Premier plus, yaitu program produk asuransi syariah yang memberikan perlindungan kesehatan dengan beragam keunggulan dalam menghadapi risiko kesehatan.
- b. Produk Allianz Non Syariah
- 1) Allianz Pasti, yaitu produk yang memberikan solusi perlindungan kematian dan penyakit kritis terhindar dari ketidakpastian, agar kondisi finansial dan keluarga di masa depan terjamin.
  - 2) SmartLink *Maxi Fund* plus, yaitu produk asuransi jiwa yang sekaligus memberikan keuntungan investasi dari polis asuransi jiwa yang dimiliki.
  - 3) SmartLink *Flexi Account* plus, yaitu produk asuransi jiwa dengan solusi perlindungan maksimal disertai nilai investasi dari polis asuransi jiwa yang dimiliki.
  - 4) SmartLink *New Flexi Account*, yaitu produk asuransi jiwa unit link dari Allianz yang memberikan solusi perlindungan dan aset finansial agar terhindar dari risiko yang tidak pasti di masa depan.

## **2. Kendala Agen Asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin Dalam Mencapai Target Penjualan Produk Asuransi Jiwa Syariah Di masa Pandemi Covid-19**

Pandemi covid-19 ini sangat berdampak besar bagi seluruh sektor industri, termasuk industri perasuransian. Salah satu dampak tersebut mengakibatkan menurunnya pendapatan premi perusahaan. Adapun kendala dalam mencapai

target penjualan produk asuransi jiwa syariah dimasa pandemi covid-19 ini, adalah sebagai berikut:

a. Tidak percaya

Banyak calon nasabah yang tidak membutuhkan produk asuransi jiwa syariah dikarenakan mampu dan kuat serta mereka lebih memilih kebutuhan hidupnya.

b. Banyak nasabah yang belum mempunyai uang

Calon nasabah yang belum mempunyai uang sehingga merasa tidak bisa membeli produk asuransi jiwa syariah, dikarenakan di PHK oleh perusahaan tempat bekerjanya secara mendadak akibat adanya pandemi covid-19 ini.

c. Agen kesulitan menjual produk asuransi

Dengan diberlakukannya PSBB oleh pemerintah mengakibatkan agen asuransi mengalami kesulitan dalam menjual produk asuransi sehingga nasabah tidak bertambah, maka memasarkan produk asuransi tidak bisa secara langsung atau tatap muka

d. Tingginya target yang ditetapkan

Target yang ditetapkan oleh perusahaan Allianz terlalu tinggi, sehingga terdapat beberapa agen baru yang merasa pesimis dalam pencapaian target. Dan berlimbas dalam membayar premi maka terjadi penundaan membayar karena sektor ekonomi menurun.

e. Tidak memerlukan saat ini

Calon nasabah tidak membeli produk asuransi jiwa syariah dengan tidak terburu-buru karena calon nasabah merasa dirinya masih muda, sehat, dan tidak memiliki penyakit.

### **C. Hasil Pembahasan**

#### **1. Strategi Agen Asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin Dalam Mencapai Target Penjualan Produk Asuransi Jiwa Syariah Di masa Pandemi Covid-19**

Asuransi jiwa syariah adalah asuransi yang umumnya memberikan pelayanan, perlindungan, dan bantuan dalam menghadapi suatu musibah kecelakaan diri dan kematian dengan pembayaran premi melalui akad yang sesuai dengan prinsip syariah.

Kesuksesan penjualan produk asuransi sangat bergantung pada kinerja para agen, oleh karena itu dari agenlah produk-produk asuransi dapat dikenal oleh nasabah. Selain itu modal dasar dari seorang agen adalah dengan kesiapan mental agar tidak putus asa saat menerima penolakan dari calon nasabah. Maka untuk menghadapi masalah tersebut seorang agen asuransi harus bisa melatih mental keberanian dan percaya diri untuk memerospek calon nasabah sehingga merasa yakin dan layak dalam membeli produk asuransi jiwa syariah yang ditawarkan.

Karena masih kondisi pandemi covid-19 para agen harus menyesuaikan perubahan yang terjadi, membuat perubahan gaya hidup yang signifikan di masyarakat seperti gaya hidup serba digital, meeting online, belanja online, kerja

dari rumah, dan sebagainya. Maka dari itu para agen mengubah beberapa strategi utama agar bisa menarik nasabah, yaitu:

- a. Memberikan saran produk yang sesuai dengan calon nasabah, pilihan harga dan kualitas produk pada calon nasabah agar tertarik membeli dan shiddiq dalam penjualan. Allianz juga memberitahukan asuransinya sudah termasuk biaya layanan pengobatan covid-19, informasi seperti ini terus dikomunikasikan dengan baik lewat media online.
- b. Mengubah cara interaksi yang biasanya para calon nasabah atau nasabahnya berinteraksi secara langsung datang ke kantor Allianz, maka sekarang lewat layanan digital marketing. Untuk penjualan juga ada desain digitalisasi secara otomatis sehingga calon nasabah atau nasabah dengan mudah bisa melihat status polis secara online hingga pelayanan klaim.
- c. Allianz juga bekerja sama dengan bank-bank syariah untuk memahami segmen customer yang menjadi target dan memberikan penawaran produk yang sesuai dengan mereka.
- d. Disisi lain, salah satu strategi yang penting yaitu, kesehatan dan keselamatan karyawan yang diutamakan untuk memastikan seluruh tim dapat bekerja dengan aman, nyaman, dan fasilitas yang mendukung pekerjaan, strategi agen ini dapat berjalan dengan baik untuk menompang pencapaian target perusahaan.

Dari hasil penelitian penulis dapat dilihat dari strategi agen Allianz yang tumbuh positif selama dua terakhir di 2019-2020 dalam tahun tersebut pertumbuhannya 47% cukup tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yang

masih data pada saat itu market 6% naik menjadi 10% pada akhir 2020. Dikuartal II/2020 selama pandemi covid-19 dengan pencapaian pendapatan premi sebesar Rp 16,9 triliun atau tumbuh 27,8% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Laba tercatat naik 16% atau Rp 13 triliun, dibandingkan dengan tahun 2019 5,6% atau senilai Rp 5,21 triliun. Kinerja positif tersebut didukung oleh transformasi digital yang sudah dilakukan sejak beberapa tahun terakhir. Allianz Life terlihat ada peralihan dan perubahan yang menjadi peluang untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan bagi nasabah atau calon nasabah.

Disepanjang tahun 2021 Allianz mencatat kinerja positif yang membukukan total aset sebesar Rp 42,8 triliun dengan pendapatan premi sebesar Rp 19 triliun atau 12,3% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan pertumbuhan bisnis yang positif. Allianz membuktikan komitmennya dalam memberikan perlindungan kepada nasabah dengan membayar klaim dan manfaat terkait covid-19 sebesar Rp 13,5 triliun atau meningkat 20,4% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, kepada lebih dari 223.000 penerima manfaat asuransi jiwa dan kesehatan pada bulan Januari-Desember 2021.

Pada tahun 2020-2022 pembayaran klaim covid-19 dengan biaya Rp 960 miliar, kepada lebih dari 50.000 penerima pembayaran klaim pada bulan Maret 2020-Mei 2022. Itu jelas dengan jumlah yang sangat besar dimana Allianz telah menunjukkan nilai kebenaran dari membantu orang-orang dimasa sulit. Peningkatan pembayaran klaim ini menggambarkan situasi pandemi yang belum berakhir dan berdampak

pada nasabah, Allianz Life selalu bersama dengan nasabah untuk memberikan perlindungan yang dibutuhkan.

Allianz berhasil membukukan market bisnis baru dengan pertumbuhan sebesar 11% dan market share 12 %. Pencapaian ini berlanjut hingga di kuartal I/2022, Allianz Life masih terdepan dengan market share sebesar 10,6%.

Dalam menjalankan strategi bukan hanya para agen melainkan juga bagi perusahaan untuk meningkatkan daya jual beli yang tinggi dalam memasarkan produk asuransi untuk mencapai target penjualan di masa pandemi covid-19 ini. Adapun cara agen dalam promosi untuk mencapai target penjualan setelah diadakannya penelitian yaitu, lewat media sosial yang digunakan seperti Whatsapp, Instagram, YouTube, Facebook dan sebagainya, serta menshare bukti-bukti klaim nasabah setiap harinya. Saat pandemi covid-19 melakukan komunikasi dengan lewat video call atau dengan aplikasi lainnya, sehingga nasabah baru akan memberikan refensi baru lagi untuk menjadi nasabah. Agen lainnya akan menjalin silaturahmi dengan orang-orang yang baru kenal yang bersifat *tabliq* artinya menyampaikan dan menjelaskan manfaat atau keunggulan dari produk asuransi jiwa syariah sehingga calon nasabah tertarik untuk membelinya. Untuk menemui calon nasabah minimal 5-10 orang perhari dan closing minal 1-2 orang.

## **2. Kendala Agen Asuransi PT Allianz Cabang Banjarmasin Dalam Mencapai Target Penjualan Produk Asuransi Jiwa Syariah Di masa Pandemi Covid-19**

Dari hasil penelitian penulis melalui wawancara yang menerangkan bahwa kendala yang terjadi dalam menjalankan strategi agen asuransi dalam mencapai target penjualan produk asuransi jiwa syariah di masa pandemi covid-19 yaitu:

a. Tidak percaya

Banyak calon nasabah yang tidak membutuhkan produk asuransi jiwa syariah dikarenakan mampu dan kuat, mereka lebih memilih kebutuhan hidupnya dari pada kebutuhan dimasa akan datang. Ada beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu, proses klaim sulit, premi asuransi mahal dan adanya unsur penipuan. Adapun solusinya yaitu proses klaim sekarang lewat digital media online, mengandalkan bukti-bukti klaim nasabah lama, update informasi terbaru tentang produk dan manfaat asuransi jiwa syariah, dan harga premi yang terjangkau sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.

b. Banyak nasabah yang belum punya uang

Calon nasabah yang tidak punya uang merasa tidak bisa membeli produk asuransi jiwa syariah dikarenakan di PHK oleh perusahaan tempat bekerjanya secara mendadak akibat adanya pandemi covid-19 ini. Adapun solusinya yaitu memilih produk asuransi berdasarkan kebutuhan dan menyesuaikan dengan kondisi keuangan atau keluarga, dalam melakukan pembayaran di Allianz bisa secara bulanan, per 3 bulan, per 6 bulan atau bahkan tahunan, sesuai dengan pendapatan calon nasabah.

c. Agen kesulitan menjual produk asuransi

Dengan diberlakukannya PSBB oleh pemerintah mengakibatkan agen asuransi mengalami kesulitan dalam menjual produk asuransi dengan bertatap muka atau secara langsung sehingga nasabah tidak bertambah. Adapun solusinya yaitu memasarkan produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan nasabah dan perusahaan juga membuat iklan atau promosi yang menarik di media sosial dalam penjualan produk asuransi tersebut.

d. Tingginya target

Target yang ditetapkan oleh perusahaan terlalu tinggi sehingga terdapat beberapa agen baru yang merasa pesimis dalam pencapaian target. Dan berlimbas dalam membayar premi maka banyak terjadi penundaan membayar karena sektor ekonomi menurun. Adapun solusinya yaitu para direktur akan memberikan pengembangan karier para agen baik dalam diri maupun dari luar, sehingga terciptanya sistem pembinaan dan pengembangan yang bisa menjadi penunjang untuk memotivasi para agen asuransi untuk bersemangat kerja yang efektif saat pandemi covid-19 ini, perusahaan memberikan kesempatan kepada nasabah yang tertunda pembayarannya dalam jangka waktu diberikan.

e. Tidak memerlukan saat ini

Calon nasabah tidak membeli produk asuransi jiwa syariah dengan tidak terburu-buru dikarenakan calon nasabah merasa dirinya masih muda, sehat dan tidak memiliki penyakit. Adapun solusinya yaitu jika dalam kondisi sehat tidak pernah mengidap penyakit apapun belum tentu, karena tidak ada yang dapat menjamin apa yang akan terjadi dimasa akan datang. Oleh karena itu, disarankan memiliki

perlindungan jiwa selain memberikan keamanan finansial terdapat juga beberapa manfaat dari asuransi jiwa tersebut.