

BAB IV

PERAN AGEN DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN POLIS ASURANSI KERUGIAN

A. Sistem Agensi PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya

Sistem agensi dirancang dalam sebuah sistem yang melibatkan kedua belah pihak yaitu manajemen dan pemilik. Selanjutnya, manajemen dan pemilik melakukan kesepakatan (kontrak) kerja untuk mencapai manfaat (utilitas) yang diharapkan. Menurut Lambert, sebagaimana yang telah dikutip oleh Sunarto dalam kesepakatan tersebut diharapkan dapat memaksimalkan utilitas pemilik (*principal*) dan dapat memuaskan serta menjamin manajemen (*agent*) untuk menerima *reward*.¹ Manfaat yang diterima oleh kedua belah pihak didasarkan pada kinerja perusahaan. Pada umumnya, kinerja perusahaan diukur dari profitabilitas. Perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajemen terletak pada maksimalisasi manfaat (*utility*) pemilik (*principal*) dengan kendala (*constraint*) manfaat (*utility*) dan insentif yang akan diterima oleh manajemen (*agent*).²

Tujuan berdirinya PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya salah satunya yaitu untuk mencapai dan meningkatkan pertumbuhan serta nilai perusahaan yang diharapkan oleh *stakeholder*. John M. Ivancevich, bahwa tujuan organisasi menjadi landasan bagi sistem perencanaan dan

¹ R.A. Lambert, "Contracting Theory and Accounting", *Journal of Accounting & Economics*, No. 32 (June, 2001), 87.

² Sunarto, "Teori Keagenan dan Manajemen Laba", *Kajian Akuntansi*. (Pebruari, 2009), 14-15.

pengendalian yang membimbing dan mengkoordinasikan tindakan-tindakan organisasi.³

PT. Asuransi Takaful Umum dalam memperluas jaringannya menggunakan Sistem *Agency* (keagenan) dibentuk dengan tujuan untuk mempercepat pertumbuhan jumlah pemasar dan penetrasi produk syariah ke tengah masyarakat. Selain itu, agar perusahaan dapat melakukan pengendalian secara optimal, Kepala cabang dituntut untuk melakukan efisiensi biaya dalam mengelola operasional kantor cabang dan menghasilkan pendapatan secara maksimal melalui agen-agen yang produktif, karena kemungkinan perlu memiliki kendali yang cukup besar dalam pengelolaan perusahaan. Selain itu sistem agensi yang dilakukan dengan maksimal akan lebih banyak membuat persepsi dan minat masyarakat terhadap keberadaan asuransi akan meningkat sehingga mereka akan tertarik untuk melakukan kerjasama dengan lembaga asuransi yang mereka ketahui.

Sementara itu, dalam peningkatan volume penjualan, sistem agensi sangat berperan penting karena keterampilan dan kemampuan agen dalam memperkenalkan dan menginformasikan jasa asuransi akan memaksimalkan calon nasabah untuk melakukan pembelian produk sehingga akan memberikan kontribusi berupa premi yang sangat besar. Melalui kemampuan dan keterampilan yang dilakukan agen terutama untuk mengenalkan produk

³ Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*, (Malang: UIN Maliki Press, 2010), 176.

unggulan, maka volume penjualan bisa meningkat serta memudahkan perusahaan asuransi mendapatkan persepsi positif dari masyarakat. Tidak hanya itu, perusahaan bisa lebih mudah dalam menjalin relasi kerja dengan instansi-instansi swasta maupun pemerintah.

Sistem Agensi memungkinkan seluruh masyarakat yang *concern* dengan sistem syariah untuk terlibat secara aktif mensosialisasikan produk syariah sekaligus memperoleh penghasilan tanpa batas yang berkah dan menguntungkan.

Sistem agensi Takaful memungkinkan pemasar-pemasar syariah yang berjiwa wirausaha (*entrepreneur*) mengembangkan kemampuannya dan memiliki bisnis mandiri.

B. Peran Agen Takaful dalam Mempengaruhi Peningkatan Volume Penjualan Polis Asuransi Kerugian

Perusahaan yang menghasilkan suatu produk bertujuan mencari laba, baik secara langsung maupun tidak langsung terlibat didalamnya aktivitas penjualan. Untuk menciptakan keadaan di mana pembeli bukan saja hanya sekali membeli tetapi bagaimana pembeli tersebut membeli untuk membeli berkali-kali.

Bagi PT. Asuransi Takaful Umum hal tersebut merupakan masalah yang perlu diperhatikan, yakni bagaimana para pemegang polis dapat

bertahan meneruskan polis asuransinya, serta dapat menarik minat para pemegang polis potensial yang masih ada.

Seperti kita ketahui telah banyak berdiri perusahaan-perusahaan asuransi di Indonesia dengan menawarkan berbagai produk dan strategi penjualan yang semakin kompetitif.

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang paling penting disamping kegiatan-kegiatan lain dari suatu perusahaan, sehingga aktivitas pemasaran berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk. Peningkatan hasil penjualan sebagai salah satu tujuan operasionalisasi perusahaan harus diperhatikan dan ditetapkan sebagai faktor penunjang pelaksanaan penjualan tersebut. Faktor-faktor penunjang tersebut diantaranya adalah pelaksanaan *Personal Selling* yang efektif.

Menurut Machfoedz menyebutkan bahwa dibandingkan dengan metode promosi yang lain, *Personal Selling* merupakan upaya yang paling tepat yang memungkinkan pemasar untuk berfokus pada prospek penjualan yang paling menjanjikan.⁴

Berdasarkan pendapat Machfoedz di atas dapat dikatakan bahwa perusahaan tidak dapat lepas dari kegiatan *Personal Selling*, karena dalam memasarkan produknya perusahaan perlu memperkenalkan terlebih dahulu kepada konsumen dan sekaligus juga mempengaruhinya. *Personal Selling* juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan dengan cara memuaskan kebutuhan pasar dalam jangka panjang.

⁴ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: YKPN, 2005), 106.

Dalam Perusahaan Perasuransian inti dari penjualan *Personal Selling* adalah agen. Hal ini dapat dilihat dari pengertian *Personal Selling* itu sendiri yang merupakan Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan.⁵ Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa *Personal Selling* (Penjualan Perorangan) adalah suatu cara promosi yang dilakukan oleh agen melalui suatu percakapan lisan dengan pembelian untuk melakukan penjualan. Dengan demikian kemampuan penjual dalam melakukan kegiatan *Personal Selling* mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan perusahaan untuk menciptakan volume penjualan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Personal Selling* sangat berpengaruh terhadap penjualan karena *Personal Selling* juga untuk menciptakan dan meningkatkan volume penjualan.

PT. Asuransi Takaful Umum sejak mulai beroperasinya, telah menunjukkan suatu upaya yang optimal dalam meningkatkan penjualan perusahaan, hal tersebut di tunjukan dengan hasil premi yang meningkat dari setiap tahunnya, Perolehan premi pada tahun 2011 berjumlah Rp 2.368.640.829.340 dan pada tahun 2012 premi yang di peroleh berjumlah Rp 2.378.090.080.202. Ini menunjukkan bahwa agen mempunyai peranan penting dalam peningkatan volume penjualan asuransi kerugian.

Kinerja tenaga penjualan (Agen) memberikan pengaruh langsung pada hasil dari penjualan. Tenaga penjualan mempunyai peranan penting untuk

⁵ Basu Swastha DH dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2 Cet. 6*, 350.

menjembatani hubungan antara perusahaan dengan nasabah (pemegang polis), selain menjalankan fungsi rutin menjual produk, mereka juga harus mengikuti perubahan kondisi pasar yang dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakannya, untuk meningkatkan kinerja seorang tenaga penjualan perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola faktor-faktor yang mendukung kinerja tenaga penjualan, banyak faktor yang mempengaruhi tenaga penjualan untuk bisa mencapai kinerja yang diharapkan oleh perusahaan, salah satu faktor tersebut adalah keterampilan menjual yang dimiliki oleh tenaga penjual. Disamping itu juga, ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang agen asuransi dalam menjalani perannya sebagai tenaga penjual, yaitu sebagai berikut:

1. Membangun Jaringan Bisnis (*Networking*)

Salah satu kunci keberhasilan agen dalam penjualan adalah memiliki pergaulan yang luas, karena dari sinilah agen memperoleh dan mengembangkan bisnis. Seorang yang hanya mengandalkan proposal dan presentasi pada asuransi kerugian hampir dipastikan akan gagal. Karena bisnis asuransi kerugian adalah bisnis pergaulan dan kepercayaan (*trust*). Oleh karena itu *Networking* menjadi sangat penting.

Cara mengembangkan jaringan bisnis, diantaranya:

- a. Referensi

Cara ini lebih efektif karena cara ini adalah seperti promosi dari mulut ke mulut maksudnya terdapat testimoni dari teman, pemegang polis dan prospek yang sudah menutup.

- b. Pengamatan sendiri melalui buku telepon (Yellow Pages), buku daftar bisnis, lingkup sosial dan media cetak maupun elektronik.

2. Kemampuan Beradaptasi

Pendekatan penjualan merupakan rutinitas bagi agen. Kemampuan beradaptasi sangat diperlukan untuk memudahkan mendapatkan nasabah. Kemampuan adaptasi merupakan perubahan perilaku agen untuk bisa melakukan pendekatan dan menjalin interaksi dengan nasabah.

Bermacam-macam market segmen yang dituju oleh tenaga agen dalam menawarkan produknya, hanya agen yang memiliki kemampuan beradaptasi yang baik yang mampu masuk disemua segmen.

3. Keterampilan Menjual

Keterampilan menjual yang baik akan memberi kemudahan dalam menguasai serta menangani proses penjualan. Kemampuan agen dalam melakukan aktivitas penjualan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya, sehingga agen memahami perencanaan yang akan disusun untuk meningkatkan kinerjanya. Keterampilan agen sangat diperlukan dalam memaksimalkan pekerjaannya, termasuk didalamnya pengetahuan mengenai produk dan cara kerjanya, presentasi penjualan dan melayani nasabah dari awal hingga akhir.

a Mencari Prospek

Prospekting adalah sasaran yg paling dituju oleh agen, setelah agen memahami tentang produk yg akan dipasarkan tentunya agen juga

harus tahu siapa yg akan menjadi calon – calon nasabahnya agar dalam memasarkan produk yang agen pasarkan tepat kepada sasarannya.

b Membuat janji bertemu

Membuat janji bertemu adalah salah satu cara yang efisien dalam waktu juga dalam menyeleksi calon prospek. Tujuannya adalah agar agen bisa menjelaskan secara detail tentang apa yang agen tawarkan.

c Presentasi

Presentasi adalah penjelasan secara detail dan jelas tentang bisnis ini yang disampaikan dengan benar, bisa lakukan secara *one on one* atau *face to face* dan bisa juga kita adakan *home meeting* sendiri. Yang terpenting dalam presentasi adalah penguasaan *company profile*, *product*, *marketing plan* dan *suport system*.

Pada perusahaan asuransi, keterampilan melakukan presentasi penjualan harus dimiliki oleh seorang agen. Presentasi penjualan merupakan sebuah kesempatan untuk memaparkan produk yang ditawarkan serta peluang bagi tenaga penjual untuk membangkitkan ketertarikan nasabah terhadap produk tersebut.

d Pelayanan

Pelayanan adalah bukan sekedar kemampuan memberikan layanan yang ramah. Tetapi, pelayanan dalam ragam produk yang dapat membantu nasabah menyelesaikan segala urusan dan kebutuhannya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan loyalitas pada nasabah. Oleh karena itu, agen harus lebih

jeli dalam mempelajari perilaku nasabahnya. Tiap-tiap karakter nasabah perlu disikapi secara berbeda. Artinya, jika segmen pasar yang dituju berbeda maka strategi pemasaran yang di terapkannya pun berbeda. Berikut ini kunci keberhasilan seorang agen agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, yaitu:

- i. Melayani dan menjawab dengan jujur semua pertanyaan atas keluhannya atas produk dan pelayanan yang diberikan.
- ii. Menghindari perdebatan perihal konsep asuransi, sebab nasabah akan selalu bertanya karena belum memahami fungsi dan manfaat asuransi.
- iii. Memberikan pemahaman akan resiko di masa depan kepada nasabah.
- iv. Melayani secara akrual dimulai sejak polis diserahkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya dalam memperluas jaringannya menggunakan Sistem *Agency* (keagenan) dibentuk dengan tujuan untuk mempercepat pertumbuhan jumlah pemasar dan penetrasi produk syariah ke tengah masyarakat. Selain itu, agar perusahaan dapat melakukan pengendalian secara optimal, Kepala cabang dituntut untuk melakukan efisiensi biaya dalam mengelola operasional kantor cabang dan menghasilkan pendapatan secara maksimal melalui agen-agen yang produktif, karena kemungkinan perlu memiliki kendali yang cukup besar dalam pengelolaan perusahaan. Selain itu sistem agensi yang dilakukan dengan maksimal akan lebih banyak membuat persepsi dan minat masyarakat terhadap keberadaan asuransi akan meningkat sehingga mereka akan tertarik untuk melakukan kerjasama dengan lembaga asuransi yang mereka ketahui.
2. Sementara itu, dalam peningkatan volume penjualan, sistem agensi sangat berperan penting karena keterampilan dan kemampuan agen dalam memperkenalkan dan menginformasikan jasa asuransi akan

memaksimalkan calon nasabah untuk melakukan pembelian produk sehingga akan memberikan kontribusi berupa premi yang sangat besar. Melalui kemampuan dan keterampilan yang dilakukan agen terutama untuk mengenalkan produk unggulan, maka volume penjualan bisa meningkat serta memudahkan perusahaan asuransi mendapatkan persepsi positif dari masyarakat. Agen mempunyai peranan penting untuk menjembatani hubungan antara perusahaan dengan nasabah (pemegang polis), selain menjalankan fungsi rutin menjual produk, mereka juga harus mengikuti perubahan kondisi pasar yang dapat berguna bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan-kebijakannya, untuk meningkatkan kinerja seorang tenaga penjualan perusahaan harus mempunyai kemampuan dalam mengelola faktor-faktor yang mendukung kinerja tenaga penjualan. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh seorang agen asuransi dalam menjalani perannya sebagai tenaga penjual, yaitu dengan membangun jaringan bisnis, meningkatkan kemampuan Adaptasi dan kemampuan keterampilan agen dalam menjual polis asuransi kerugian.

B. Saran

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, dapatlah kiranya penulis memberikan saran:

1. Sebagai pelopor asuransi berbasis syariah di Indonesia, hendaknya PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Surabaya perlu tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan dalam segala

hal khususnya produktivitas kinerja para agen takaful. Karena ditengah persaingan ketat saat ini perusahaan yang ingin dapat bertahan terus, harus dapat memelihara hubungan dengan para nasabah.

2. Harapan perusahaan bukan hanya sekedar harapan pimpinan saja, namun sudah menjadi komitmen, cita-cita, misi serta kerja keras seluruh agen untuk memajukan perusahaan yang merupakan tempat mereka mempertaruhkan nasib. Dengan demikian perusahaan akan dapat meningkatkan penjualan dengan baik.