

**ANALISIS PERSEPSI PESERTA ASURANSI
SYARIAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
AGEN
(STUDI PERUSAHAAN PADA PT. BUMIPUTERA
CABANG SERANG)**

Oleh :

Hanafi dan Unut Sapitra

Program Studi Asuransi Syariah, FEBI UIN Sultan
Maulana Hasanuddin Banten

Abstract

Based on the results of the analysis conducted by researchers on the study, there is the quality of the agent seen from the participants perception among the entrants, the agent's efforts in increasing customers, having a measure of success, a role in performing their performance, and having a measure of quality of service and ownership, then there are company factors in increasing customers including have experts and a good system.

Keywords: *Perception, Service Quality*

Abstrak

Berdasarkan hasil analisi yang dilakukan peneliti terhadap penelitian, terdapat kualitas agen yang dilihat dari persepsi peserta diantaranya, usaha agen dalam meningkatkan nasabah, memiliki ukuran keberhasilan, peranan dalam melakukan kinerjanya, dan memiliki ukuran kualitas melayani serta memiliki, kemudian terdapat faktor-faktor perusahaan dalam

meningkatkan nasabah diantaranya, memiliki tenaga ahli dan sistem yang baik.

Kata kunci : Persepsi, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat dan berkembang pesat. Tujuan tersebut akan dapat tercapai apabila perusahaan sudah mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualannya dengan mencari dan membina para konsumennya.

Masih banyak pandangan masyarakat Indonesia yang salah kaprah terhadap asuransi padahal keberadaan asuransi sangat penting sebagai strategi manajemen risiko finansial pribadi, dengan demikian kesadaran berasuransi masyarakat Indonesia masih rendah. Mengutip catatan OJK, penetrasi industri asuransi hingga akhir kuartal III - 2016 baru 2,63%. Penyebab utamanya masyarakat Indonesia masih kurang akrab dengan produk asuransi syariah adalah karena tingkat ketidakpahaman terhadap asuransi syariah, banyak pandangan salah diantaranya membeli asuransi seperti membuang uang percuma dan asuransi jiwa tidak wajib.

Landasan Teori

Pengertian Asuransi Syariah

Definisi Asuransi Syariah menurut Undang-Undang Nomor 40 2014 tentang perasuransian adalah kumpulan

perjanjian yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis dan perjanjian di antara para pemegang polis untuk:

Memberikan penggantian kepada peserta atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga

Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya peserta.

PERSEPSI

Pengertian persepsi

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu suatu stimulus yang diterima oleh individu melalui alat reseptor yaitu indera. Alat indera merupakan penghubung antara individu dengan dunia luarnya.

Jenis persepsi

Persepsi konstruktif, adalah kombinasi antara informasi yang diterima dari sistem sensorik dan pengetahuan yang kita pelajari tentang dunia.

Persepsi langsung, yaitu informasi dalam stimuli elemen pembelajaran dan kondisi tidaklah penting dalam persepsi langsung.

Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas

Menurut Joseph Juran dalam bukunya, kualitas disini dapat diartikan menjadi dua konsep diantaranya

kualitas yang bersifat dihindari dan tidak dapat dihindari.

Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur dari lima dimensi yaitu:

Tangibel (Berwujud)

Reliability (Kehandalan)

Responsiviness (Ketanggapan)

Assurance (Jaminan)

Empathy (Empati)

Perspektif Kualitas

Menurut Gravin, secara menyeluruh terdapat lima macam dalam perspektif ini diantara kelimanya akan menentukan seberapa beranekaragaman tingkat kualitas.

Agen

Pengertian agen

Agen asuransi adalah seseorang yang mampu berfungsi dalam suatu perusahaan yang berkenaan langsung dengan para konsumen.

Konsep Agen Asuransi

Dalam setiap perusahaan memiliki nilai promosi yang berbeda-beda, kegiatan yang dilakukan oleh seorang agen yaitu:

a) *Personal confrontation,*

b) *Cultivation,*

c) *Response,*

Kemampuan Agen Asuransi

Seorang agen memiliki tugas yang penting dalam kemampuannya, berikut adalah beberapa hal yang perlu diperhatikan agen sebelum menjual produk kepada konsumen:

- a) Persiapan internal, dalam persiapan ini jelas seorang agen perlu memiliki kesiapan yang matang.
- b) Persiapan eksternal, sebagai umat islam perlu ditingkatkan kemampuan agen dalam melakukan kinerjanya.
- c) Persiapan spiritual, kemudian persiapan ini dapat dikerjakan oleh agen dengan cara melakukan kewajibannya dengan baik.

PERUMUSAN MASALAH

Penulis membatasi masalah pada pemahaman agen asuransi syariah terhadap peran kualitas agen terhadap minat menjadi peserta asuransi syariah, dan fokus pada faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi P.T Bumi Putera Syariah dalam meningkatkan nasabah

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil tempat di PT. Bumi Putera cabang Serang. Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan September dan Oktober 2019.

1. Jenis dan sumber penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah

penelitian kualitatif. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, ada tiga macam dalam menganalisis data ini diantaranya:

- 1) Reduksi Data
- 2) Model Data (*Data Display*)
- 3) Penarikan/ Verifikasi Kesimpulan

3. Validasi

Peneliti menggunakan validasi triangulasi yaitu sumber data yang menggali informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan Agen

Kesuksesan penjualan sangat tergantung pada kinerja para agen karena dari agenlah secara umum produk asuransi dapat sampai ke nasabah. Agen juga yang dapat menciptakan kebutuhan dan motivasi pembelian nasabah akan produk asuransi. Agen professional adalah orang yang terlatih dalam menjual sehingga dimanapun mereka ditempatkan dapat dipastikan akan senantiasa sukses dalam penjualan.

1. Kinerja Agen Dalam Melayani Nasabah

Agen mempunyai fungsi yang sangat dominan, oleh karena itu dalam keahliannya menjadi seorang petugas diharapkan memiliki kematangan dalam

menjelaskan berbagai informasi yang sangat jelas seperti profil perusahaan, dan produk yang dijual perusahaan.

2. Faktor-Faktor Perusahaan Dalam Meningkatkan Nasabah

a. Mempunyai tenaga ahli di bidang penjualan

Perusahaan Bumi Putera dalam pelaksanaan lapangannya sering mengadakan sosialisasi kepada masyarakat, dalam dunia pendidikan maupun non pendidikan. Hal ini justru akan menjadi salah satu faktor peningkatan minat peserta dalam peran dan fungsi asuransi sendiri karena perusahaan asuransi memiliki unsur-unsur diantaranya, tolong menolong dan nilai ibadah.

b. Sistem

Faktor ini akan mempermudah dalam mengembangkan acuan akselarasi pelayanan dan sistem-sistem dalam perusahaan. Dengan begitu dapat memudahkan semua pihak yang bersangkutan.

3. Ukuran Keberhasilan

Menurut para ahli, agen adalah orang yang dipercaya oleh perusahaan dan dipercaya oleh pemegang polis atau nasabah yang bertugas dan mencari calon-calon peserta asuransi dengan memberikan keterangan kepada mereka secara menyeluruh. Ini menjadi ukuran disetiap perusahaan asuransi syariah dengan capaian tertentu seperti :

- 1) Memberikan keuntungan
- 2) Kebertahanan perusahaan
- 3) Perkembangan

4. Kualitas Pelayanan

Pelayanan dalam sebuah perusahaan adalah hal yang perlu diutamakan dalam pelaksanaan jalur kordinasi dengan siapapun tertuntut seorang nasabah, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu menjelaskan dan memiliki kesanggupan dalam menjalani tugasnya, berikut adalah tanggapan pelayanan menurut para nasabah yang dibagi menjadi 5 kategori indikator dengan jawaban sesuai pedoman yang peneliti buat diantaranya:

a. Tangibel

Indikator tangibel akan disesuaikan dengan hasil wawancara sebagai berikut:

- 1) Penampilan petugas dalam melayani
- 2) Tempat pelayanan
- 3) Kemudahan dalam proses pelayanan.
- 4) Kedisiplinan petugas dalam melayani
- 5) Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

b. Reliability

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat serta dapat dipercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Seperti ketepatan melayani pelanggan, menghindari kesalahan dalam pelayanan dan kemampuan perusahaan, sesuai dengan indikator berikut:

- 1) Kecermatan petugas dalam melayani
- 2) Memiliki standar kualitas yang jelas
- 3) Kemampuan petugas dalam melayani
- 4) Menggunakan alat bantu dalam melayani
- 5) Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu

c. Responsiviness

Pelayanan yang diberikan secara cepat dan tanggap kepada pelanggan dan menolong permasalahan pelanggan, misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas.

- 1) Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
- 2) Melakukan pelayanan dengan cermat
- 3) Melakukan pelayanan dengan tepat
- 4) Melakukan pelayanan dengan tepat waktu
- 5) Semua keluhan direspon oleh petugas

d. Assurance

Kemampuan perusahaan dengan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan jaminan seperti keamanan dapat memberikan rasa kepercayaan diri yang tinggi dan tidak ragu-ragu pada pelanggan dalam menilai perusahaan tersebut.

- 1) Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan,
- 2) Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan,
- 3) Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan, dan
- 4) Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan.

e. Empaty

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus secara individual atau perorangan kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui

segala keinginan dan kebutuhan konsumen dan menarik minat pelanggan untuk menggunakan jasa pelayanan yang telah diberikan serta mendengarkan keluhan atau keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan

- 1) Mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan,
- 2) Petugas melayani dengan sikap ramah,
- 3) Petugas melayani dengan sikap sopan santun,
- 4) Petugas melayani dengan tidak diskriminatif

Penelitian terdahulu akan diselaraskan dengan penulis sesuai dengan penelitian terdahulu yang diambil secara penjelasan yang penulis buat secara ringkas diantaranya:

1) Noviyarni, Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah

Dalam meningkatkan kinerja penjualan yang berkesinambungan. Terdapat usaha-usaha agen dalam meningkatkan nasabah, yaitu kunjungan langsung, pendekatan, dan penyerahan polis. Sedangkan persepsi konsumen terhadap nilai dan mutu suatu produk banyak dipengaruhi oleh nasabah.

2) Irma Nur Hastuti Shaalihah, Pemahaman Dan Implementasi Agen Terhadap Etika Bisnis

Hasil penelitian yang didapatkan adalah 80% agen telah memahami etika pemasaran, prinsip-prinsip syariah dan kode etik keagenan. Hal yang menjadi alasan adalah 45% jumlah agen yang juga memasarkan asuransi konvensional, kemudian ketika menyampaikan jenis

akad hanya 5% dari jumlah agen tidak menyampaikan jenis akad tersebut, 21% agen yang pernah menggunakan dana kutipan karena kebutuhan mendesak, 33% agen yang tidak menjelaskan hak dan kewajiban tertanggung.

KESIMPULAN

Dalam meningkatkan nasabah, seorang agen berperan memperluas pemahaman, terutama untuk masyarakat yang belum menggunakan jasa asuransi melalui sosialisasi secara langsung..

Peneliti menyimpulkan bahwa terjadi hal yang signifikan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan petugas di perusahaan sangat berpengaruh terhadap minat menjadi peserta asuransi. Kemudian dapat dinilai baik oleh peserta sesuai dengan kriteria penilaian masing-masing. Namun terjadi perbedaan pandangan antara pelayan dalam pedoman ini yaitu memiliki dua unsur pelayanan, yang pertama terhadap kinerja dalam pelayanan petugas asuransi, yang kedua pelayanan dalam kinerja agen.

Daftar Pustaka

Buku

- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta 2007) Cet, Ke-7
Arif M. Nur Rianto Al, *Pemasaran Startegi pada Asuransi Syariah*, (Bekasi Gramat Publising, 2015)
Darwiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: HAJA Mandiri 2017)

- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Kusuma Hendra, *Manajemen Produksi*, (Bandung: Andy Yogyakarta 1999)
- Lupiyoadi Rambat, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Jakarta: Jagaraksa 2013)
- Mukarom Zaenal ndan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Publik*, (Bandung : CV pustaka setia, 2015)
- Nopriansah Waldi, *Sejarah, Pengertian dan Ruang Lingkup Asuransi Syariah, Aturan Hukum dan Akad Asuransi Syariah, Mekanisme dan Problematika Asuransi Syariah, Penyelesaian Sengketa Penolakan Klaim Asuransi Syariah dan Fatwa MUI* (Jakarta: 23 Maret 2006)
- Puspitasari Novi, *Manajemen Asuransi Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2015)
- Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta:Pustaka pelajar 2005), Cet Ke-1
- Sendra Ketut, *Panduan Sukses Menjual Asuransi*, (Jakarta: PPM, 2002), Cet. Ke-1
- Soerono Surjono, *Penuntun ke Agenan Asuransi Jiwa edisi IV*, (Jakarta: Dewan Asuransi Indonesia, 1998)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung; Alfabeta 2015), Cet Ke-21
- Suhardi Yusuf, *Kewirausahaan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) Cet Ke-2
- Sula Muhammad Syakir, *asuransi (life dan general) Konsep Dan Sisitem Asuransi Syariah*, Gema Insani (Jakarta: Gema Insani Press 2004)
- Sunyoto Danang dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen*

Pemasran Jasa, (Yogyakarta : Penyunting: CAPS 2015 2015) Cet Ke-1

Thomas S. Bateman dan Scotta A. Snell, *Manajemen Kepemimpinan dan Kerja Sama Dalam Dunia Yang Kompetitif*, (Jakarta: Salemba empat 2014)

Tim Penerjemah Yayasan Penyelenggara Penerjemah AL-Quran Departemen Agama R.I., *Al-Quran dan terjemahannya*, (Jakarta;Bintang Indonesia 2012)

Tjiptono Fandy, *Manajemen jasa*, (Yogyakarta: Andi 1996, 2000)

Widodo Sugeng, *Mindset Sukses Agen Asuransi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013)

Yazid bin Abdul Qadir Jawas, *Al-Bukhari (no. 481) dari Sahabat Abu Musa al-Asy'ari Radhiyallahu 'anhu. Penerbit Pustaka Imam Asy-Syafi'i, Po Box 7803/JACC 13340A Jakarta*

Jurnal

Sutisna Ade Jaya ,*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah pada kantor ajb bumiputera syariah cabang serang*, jurnal Vol. 2 No. 2, Juni 2016

Wahyuni Dian, (2005) *Promosi Penjualan, Gaya Hidup Dan Minat Beli* ,Jurnal Vol 8, No 1 2018

Skripsi

Novitasari (2017), *Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah dalam Memilih* (PT. Asuransi Takaful Keluarga Palembang)

Noviyarni (2011), “ *Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah*” (Pada PT. BumiPutera Cabang Ciputat)

Internet

Aditiya, (2016, 9 April), *Pengertian dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*,
<https://www.kompasiana.com/hasminee/5529991>

- [36ea8349a1f552d01](#), (diunduh pada tanggal 11 Desember 2019 pukul 13.00)
- Hermawan, (2016 04 Oktober), *Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli*, <http://prastyahermawanprayoga.blogspot.com/2016/10/indikator-kualitas-pelayanan-menurut.html?m=1>, (diunduh pada tanggal 20 oktober 2019 pukul 22.00)
- Imam Laksono, (2015, 7 Juli) *Pengertian Minat Beli Dan Faktor-Faktor*, <http://adityolaksono26.blogspot.com/2015/03/7/pengertian-minat-beli-dan-faktor-faktor.html>, (diunduh pada tanggal 24 Oktober 2019 pukul 16.00)
- Sely Ernawati, (2014, 2 Oktober), *Jenis Persepsi Menurut Para Ahli*, <https://www.kompasiana.com>, (diunduh pada tanggal 12 Desember 2019 pukul 07.00)