

**PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH
ASURANSI SYARIAH DI ZURICH TAKAFUL
MALAYSIA BERHAD**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat
dalam Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Manajemen
Perbankan Syariah D-III*



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Oleh
SUCIA NILANDA
NIM. 1503050170

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL PADANG
1439 H/2018 M**

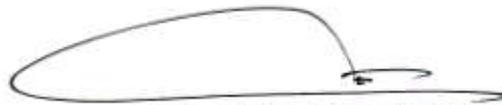
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program DIII Manajemen Perbankan Syariah UIN Imam Bonjol Padang atas nama **Sucia Nilanda** NIM **1503050170** dengan judul "**Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di Zurich Takaful Malaysia Berhad**", memandang bahwa Tugas Akhir yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang ujian tugas akhir.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 10 Juli 2018

Pembimbing



H.Ahmad Wira, M.Ag, M.Si, Ph.D
NIP.197112011996031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tugas Akhir yang berjudul "Peranan Agen dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di Zurich Takaful Malaysia Berhad" disusun oleh **Sucia Nilanda NIM 1503050170** telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, hari Selasa 17 Juli 2018 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Jurusan DIII Manajemen Perbankan Syariah.

Padang, 18 Agustus 2018

Tim Penguji Ujian Akhir

Ketua



H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP. 197112011996031002

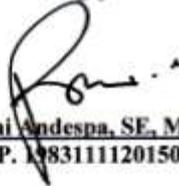
Sekretaris



Netta Agusti, ME.Sy

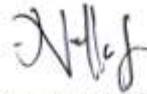
Anggota

Penguji I



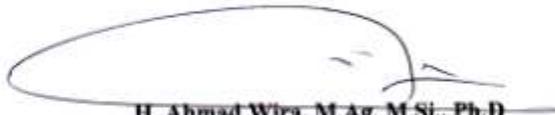
Roni Andespa, SE, MM
NIP. 198311112015003

Penguji II



Netta Agusti, ME.Sy

Pembimbing



H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP.197112011996031002

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Imam Bonjol Padang



H. Ahmad Wira, M.Ag., M.Si., Ph.D
NIP.197112011996031002

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir yang berjudul **“Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Di Zuruch Takaful Malaysia Berhad”** adalah benar hasil karya saya bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir ataupun karya yang sudah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar ahli madya di UIN imam bonjol padang ataupun di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa Tugas Akhir ini adalah hasil plagiat atau tidak orisinal maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan Tugas Akhir ini dan gelar ahli madya saya.

Padang, 10 Juli 2018



SUCIA NILANDA
NIM. 1503050170

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah Di Zurich Takaful Malaysia Berhad”. Shalawat beserta salam tidak lupa pula kita sampaikan pada nabi Muhammad SAW, suri tauladan dalam aktifitas kehidupan yang telah membawa manusia dari alam kebodohan hingga ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini.

Dalam pelaksanaan penulisan tugas akhir ini, penulis banyak mendapat dukungan dan motivasi dari berbagai kalangan. Dari buku hati yang paling dalam penulis mengucapkan ribuan terima kasih kepada ayah dan ibu tercinta yang selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga Allah membalas jasa ayah dan ibu dengan nikmat yang tak terhingga yaitu di surga Amin.

Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H.Dr. Eka Putra Warman, MA sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
2. Bapak H.Ahmad Wira, M.Ag, M.Si, Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan juga sekaligus sebagai pembimbing.
3. Ibu Dr. Rozalinda, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah memberikan bantuan serta dorongan proses hingga keberangkatan ke Malaysia.

4. Bapak Huriyatul Akmal,M,Si yang telah ikut membantu dan membina proses hingga keberangkatan ke Malaysia.
5. Bapak Roni Andespa,SE,MM yang telah membantu proses keberangkatan hingga segala macam kendala dalam penyusunan Tugas Akhir
6. Ustadz Ismanizam Ismail selaku Senior Manager di Zurich Takaful Malaysia Berhad.
7. Bapak Muhammad Hidayat Bin Abdul Malik Rasyid selaku Head Marketing di Zurich Takaful Malaysia Berhad.
8. Bang Muhammad Amirul Azhar, yang telah membimbing dan membantu selama berada di Malaysia dan juga seluruh staff Zurich Takaful Malaysia Berhad.
9. Teman team Malaysia Mona, Coma, Sahmat dan Khairunnas yang kompak selalu bekerja sama dan pantang menyerah.
10. Teman-teman DIII Manajemen Perbankan Syariah yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
11. Kepada para sahabat Mona, Yeyen dan Neneng yang sangat berjasa mendukung dan memberikan semangat motivasi
12. Kepada kakak senior trio kocakku Umma, Yade dan Pifi yang selalu beri semangat.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis tuliskan satu persatu.

Terima kasih atas dukungan yang diberikan, semoga Allah SWT membalas segala amalan yang kita semua. Tanpa bantuan dan dukungan dari bapak, ibu, teman-teman penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga bantuan, dukungan serta motivasi yang diberikan menjadi amalan dan dibalasi pahala oleh Allah SWT.

Padang, 10 Juni 2018



SUCIA NILANDA
NIM. 1503050170

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul **“Peranan Agen Dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di Zurich Takaful Malaysia Berhad”** di susun oleh **Sucia Nilanda NIM.1503050170** Jurusan **DIII Manajemen Perbankan Syariah** Fakultas **Ekonomi dan Bisnis Islam** Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Penelitian ini bertujuan mengetahui peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi di Zurich Takaful Malaysia Berhad. Agen pada perusahaan ini sangat berpengaruh besar. Permasalahan yang penulis bahas dalam tugas akhir ini adalah mengenai seberapa besar pengaruh agen dalam perusahaan serta bagaimana cara agen dalam meningkatkan nasabahnya.

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data primer dengan wawancara dan penelitian langsung terhadap pihak yang berkompeten pada bidang-agen. Selain itu penulis juga melakukan penelitian kepustakaan (*library research*) untuk memperoleh data yang ilmiah dan akurat yang bersumber pada buku, jurnal, dokumen, dan rujukan lain yang berkaitan dengan pokok pembahasan. Teknik analisis data yang dilakukan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini yaitu menggunakan teknik penelitian kualitatif dengan serangkaian kegiatan untuk memahami usaha agen dalam meningkatkan nasabah,

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi merupakan faktor utama. Agen merupakan perantara antara perusahaan dengan nasabah atau pelanggan, dimana agen diharapkan mampu memberikan rasa keamanan dan kenyamanan bagi nasabahnya. Agen diharapkan mampu bekerja sesuai pada target yang telah ditentukan oleh perusahaan agar terjadi peningkatan terhadap perusahaan dan juga pada agen tersebut.

Kata kunci : agen, meningkatkan nasabah asuransi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEORISINILAN	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Sasaran penelitian.....	8
D. Kajian Kepustakaan.....	8
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Asuransi Syariah	12
1. Definisi Asuransi Syariah	12
2. Landasan Hukum Asuransi Syariah	13
3. Prinsip Operasional Asuransi Syariah.....	17
B. Agen Asuransi Syariah.....	18
1. Definisi Agen	18

2. Prinsip dan Tanggung Jawab Agen.....	20
3. Kode Etik dan Larangan Agen.....	22

BAB III GAMBARAN UMUM ZURICH TAKAFUL MALAYSIA

BERHAD

A. Sejarah Zurich Takaful Malaysia Berhad	25
B. Visi dan Misi.....	28
C. Portofolio dan Model Bisnis Perusahaan	30
D. Produk-Produk Zurich Takaful Malaysia Berhad	34
E. Struktur Organisasi Zurich Takaful Malaysia Berhad	46

BAB IV STRATEGI DAN PENGARUH AGEN DALAM

MENINGKATKAN NASABAH

A. Strategi Usaha Agen dalam Meningkatkan Nasabah	49
B. Pengaruh Kiat Perusahaannya Kiat Perusahaannya dalam Meningkatkan Kinerja Agen.....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam menjalankan kehidupan selalu dihadapkan pada berbagai resiko yang tidak disenangi dan bersifat merugikan, baik itu resiko perorangan maupun resiko kelompok (perusahaan). Sejalan dengan perkembangan industri perbankan syariah, mendorong pertumbuhan industri keuangan non bank seperti salah satunya asuransi syariah. Dalam mengatasi resiko tersebut dibutuhkan asuransi demi mempersiapkan penanganan resiko selanjutnya.

Asuransi merupakan sarana financial dalam tata kehidupan rumah tangga baik dalam menanggulangi resiko kebakaran atau dalam menghadapi resiko atas harta benda yang dimiliki. Selain itu manfaat asuransi syariah dapat dirasakan oleh perorangan, keluarga, maupun kelompok bisnis yaitu menanggapi resiko melalui konsep asuransi syariah yang berdasarkan konsep takaful.

Asuransi menurut UU No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian dikatakan bahwa “Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis yang menjadi dasar bagi penerima premi oleh perusahaan sebagai imbalan untuk:¹

¹ Andika Wijaya dan Wida Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*, (Jakarta:grasindo,2017),hlm.430

- a. Memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau
- b. Memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana..

Dari sudut pandang ekonomi, asuransi adalah mengurangi ketidakpastian dengan pengalihan dan penggabungan (penghimpun dana) dari pihak-pihak yang mempunyai kepentingan yang sama. Tujuan dari sudut pandang ekonomi adalah mengurangi ketidakpastian dari usaha yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan asuransi dalam rangka memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan. Dari sudut pandang hukum asuransi adalah upaya pengalihan risiko melalui pembayaran premi oleh tertanggung kepada penanggung melalui surat kontrak ganti rugi. Tujuan dari sudut pandang hukum adalah memindahkan risiko yang dihadapi oleh suatu objek atau suatu kegiatan bisnis kepada pihak lain. Dari sisi perusahaan, asuransi adalah upaya membagi risiko dengan pengalihan perorangan atau perusahaan kepada lembaga jasa keuangan yang mengkhususkan diri dalam penanganan resiko. Tujuan dari sisi perusahaan adalah membagi risiko yang dihadapi kepada semua peserta program

asuransi. dari sisi sosial, asuransi adalah upaya menanggung risiko secara bersama oleh anggota suatu kelompok anggota masyarakat melalui iuran guna membayar kerugian yang diterima oleh salah seorang anggotanya yang mengalami musibah.²

Perjanjian asuransi tertuang dalam polis asuransi, dimana disebutkan syarat-syarat, hak-hak, kewajiban masing-masing pihak, jumlah uang yang dipertanggungkan dan jangka waktu asuransi. Konsep dasar asuransi syariah menggunakan akad *tabarru ta'awun* sehingga dana disediakan untuk saling menanggung risiko antar sesama peserta asuransi syariah.

Berdirinya Zurich Takaful Malaysia Berhad jelas akan meningkatkan kesediaan masyarakat muslim di Malaysia untuk ikut dan percaya dengan asuransi yang berlandaskan pada syariat Islam. Dilihat dari perkembangannya perusahaan ini termasuk perusahaan asuransi syariah yang paling banyak diminati oleh masyarakat Malaysia.

Keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produknya. Tujuan perusahaan untuk dapat menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing. Hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran. Oleh karena itu, dibutuhkan orang-

² Bustari Muchtar, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 300

orang yang dinamis yang mempunyai kreativitas, inisiatif, dan ulet untuk memimpin kegiatan bidang pemasaran agar perusahaan dapat berhasil.³

Dalam perusahaan asuransi yang menjual dan berinteraksi langsung kepada konsumen dilakukan oleh agen. Agen asuransi yaitu pihak yang mewakili penanggung dalam melakukan transaksi atas nama penanggung tersebut, tetapi tidak bertanggung jawab sama sekali dengan apa yang dijanjikan maupun hal-hal lain menyangkut ketetapan kontrak.⁴

Seorang agen akan lebih sering berinteraksi dengan konsumen, naik atau tidaknya pendapatan perusahaan tergantung pada peranan agen dalam menjual produk asuransi kepada konsumennya. Maka peranan agen menjadi faktor yang sangat menentukan untuk keberhasilan penjualan, agen merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian *Life Insurance Marketing Research Association* (LIMRA) yang dilakukan terhadap pemilik/pemegang polis menyebutkan bahwa alasan mereka membeli polis asuransi adalah karena “kualitas penjual atau agen asuransi”. Sementara kualitas produk, prestise atau keberadaan, dan kesehatan perusahaan, serta premi asuransi menjadi faktor penentu berikutnya. Agen asuransi berkualitas menurut pemegang/pemilik polis adalah agen profesional yang dapat berperan sebagai penasihat yang baik, memiliki wawasan, pengetahuan akan produk dan perusahaannya dengan baik, memiliki akhlak dan sopan santun, peduli dan mudah bergaul. Dengan demikian, seorang agen asuransi harus

³ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm.59-60

⁴ Bustari Muchtar, dkk, *op.cit.*, hlm.302

senantiasa berusaha meningkatkan berbagai pengetahuan yang menunjang profesinya.⁵

Dalam berhubungan dengan calon pemegang polis agen dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan serta kenyamanan konsumen. Karena dari sanalah muncul loyalitas dari konsumen terhadap perusahaan. Agen selaku kunci pemasaran diharapkan memahami apa sebenarnya fungsi, kedudukan, tugas serta tanggung jawabnya dalam mengembangkan nasabah asuransi.

Seorang agen juga harus mampu dan dapat menciptakan peluang dalam pengembangan bisnis asuransi syariah di perusahaannya. Tentunya bukan hal yang mudah. Oleh karena itu, agen perlu kemampuan dan mentalitas untuk memperluas jaringannya yang bertujuan untuk meningkatkan nasabah.

Pemasaran dalam suatu organisasi perusahaan merupakan salah satu fungsi utama disamping fungsi produksi dan keuangan. Produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan harus dipasarkan sampai ke tangan konsumen dengan harga yang dapat memberikan keuntungan dengan tingkat yang dapat menjamin kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Penerimaan pemasaran oleh organisasi perusahaan tidak terlepas dengan kenyataan bahwa makin pentingnya peranan pemasaran dalam perusahaan.⁶

⁵ Abdullah amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (jakarta:grasindo,2007),hlm.102

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hlm.50

Strategi Pelayanan Agen merupakan salah satu elemen nyata yang perlu dibuat untuk dapat mewujudkan keunggulan para agen dapat meningkatkan nasabah. Agen asuransi adalah pihak yang memberikan jasa keperantaraan dalam rangka pemasaran jasa asuransi untuk dan atas nama penanggung.⁷

Umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat berkembang pesat, tujuan tersebut akan dapat tercapai apabila perusahaan sudah mampu untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualannya dengan mencari dan membina konsumennya. Persoalan yang sering dihadapi oleh industri asuransi yaitu sumber daya manusia yang belum memadai serta rendahnya pengetahuan masyarakat mengenai arti pentingnya asuransi bagi kehidupan.

Bila dibandingkan dengan negara Indonesia asuransi syariah memang lebih populer di Malaysia saat ini. Sebagaimana di paparkan dalam profil perusahaannya pertumbuhan industri asuransi umum (*Takaful General*) meruncing menjadi 1,1% pada tahun 2016, dengan pendapatan premi tertulis bruto mencapai RM17,67 miliar. Ini adalah setengah tingkat pertumbuhan 2,2% yang dicapai pada tahun 2015. Industri asuransi jiwa/keluarga (*Takaful Family*) mencatat pertumbuhan yang sehat pada tahun 2016 dengan cakupan asuransi sebesar RM1,30 triliun pada tahun

⁷ Bustari Muchtar, dkk, *op.cit.*, hlm. 313

2016, 5,0% lebih tinggi dari angka yang sesuai sebesar RM1,24 triliun pada tahun 2015.⁸

Berhubungan dengan penanganan kasusnya sebagaimana hasil wawancara dengan kepala agen Zurich Takaful dia menyebutkan bahwa “penanganan kasus pada tahun 2016 sebanyak 62.734 kasus dan meningkat pada tahun 2017 sebanyak 64.363 kasus.”⁹ Berdasarkan peningkatan tersebut agen merupakan faktor utama yang sangat berpengaruh dikarenakan agen lah yang berhubungan dan berinteraksi langsung dengan masyarakat ataupun pesertanya.

Melihat berkembang pesatnya asuransi syariah di Malaysia tersebut penulis tertarik mengkaji dan mempelajari tentang bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah yang dikelola oleh Zurich Takaful Malaysia Berhad. Oleh karena itu, penulis mengajukan judul “Peranan Agen dalam Meningkatkan Nasabah Asuransi Syariah di Zurich Takaful Malaysia Berhad”

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka masalah pokok yang di bahas dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana peran agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah pada Zurich Takaful Malaysia Berhad?

⁸ Profil Company Zurich Takaful Malaysia Berhad

⁹ Muhammad Hidayat, Head Marketing Zurich Takaful Malaysia Berhad, wawancara, Kamis/05 April 2018, 10.30

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penulis membatasi masalah pembahasan yaitu mengenai Bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah pada Zurich Takaful Malaysia Berhad data tahun 2016-2017.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Bagaimana peranan agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah pada Zurich Takaful Malaysia Berhad.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah wawasan bagi penulis serta untuk menyelesaikan yang akan diteliti oleh peneliti.

2. Bagi akademik

Penelitian ini bisa menjadi tambahan referensi bagi perputakaan UIN Imam Bonjol Padang.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan serta pengevaluasian kinerja agen demi perkembangan perusahaan.



D. Kajian Kepustakaan

Sejauh penelitian ini, peneliti belum menemukan kajian tentang peranan agen pada perusahaan asuransi syariah termasuk pada Zurich Takaful Malaysia Berhad.

E. Metode Penelitian

Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Sumber data

a. Data primer

Dalam penelitian ini, data langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yaitu melalui wawancara langsung dengan kepala agen yang ada pada Zurich Takaful Malaysia Berhad.

b. Data sekunder

Dalam data ini, peneliti langsung mengumpulkan data sebagai penunjang yang bersumber dari buku dan artikel yang di dapat dari perusahaan Zurich Takaful Malaysia Berhad serta artikel lain yang di akses dari website.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

- a. Metode observasi, yaitu dengan melakukan observasi langsung terhadap kinerja agen asuransi dengan melakukan magang di Zurich Takaful Malaysia Berhad pada 15 Maret 2018 sampai dengan 10 April 2018.

- b. Metode wawancara, untuk mendapat jawaban langsung dari penjelasan yang diberikan agen, nasabah serta pimpinan Zurich Takaful Malaysia Berhad.
- c. Studi perpustakaan, dengan mengumpulkan sumber dari buku dan sumber lain mengenai masalah terkait.

3. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, presepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.¹⁰ Penelitian ini dilakukan dengan serangkaian kegiatan untuk memahami usaha agen dalam meningkatkan nasabah.

UIN IMAM BONJOL PADANG

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan tugas akhir meliputi beberapa bab sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini Meliputi latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

¹⁰ Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Remaja Rosdakarya,2005),hlm.6

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini meliputi pengertian asuransi syariah, landasan hukum asuransi syariah, prinsip-prinsip asuransi syariah. Bab ini juga merincikan pengertian agen, fungsi agen, wewenang agen dan kelebihan agen.

BAB III GAMBARAN UMUM ZURICH TAKAFUL MALAYSIA BERHAD

Bab ini meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, struktur organisasi, serta produk Zurich takaful malaysia berhad.

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

Bab ini meliputi strategi dan usaha-usaha agen dalam meningkatkan nasabah asuransi syariah dan pengaruh agen dalam meningkatkan penjualan asuransi syariah Zurich Takaful Malaysia Berhad serta Kiat Perusahaan dalam

Mempertahankan dan Meningkatkan Kinerja Agen

BAB V PENUTUP

Bab ini meliputi kesimpulan dan saran.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Asuransi syariah

1. Definisi Asuransi Syariah

Takaful berasal dari bahasa arab “*kafala*” yang berarti jaminan, tanggung jawab, atau tindakan mengamankan kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, takaful merupakan suatu jaminan bersama, dimana sekelompok peserta setuju untuk saling menjamin satu sama lain terhadap kerugian yang ditentukan.¹ Dalam konteks asuransi islam takaful mengacu pada pengaturan untuk ganti rugi bersama dalam memberikan perlindungan dan kompensasi kepada peserta.

Secara harfiah, takaful berarti garansi gabungan, tanggung jawab bersama, garansi bersama, jaminan kolektif, dan janji timbal balik, sehingga mencerminkan suatu hubungan resiprokal dan kontrak mengenai bantuan timbal balik di antara para anggota di suatu kelompok tertentu.²

Kata takaful dalam bahasa arab berarti jaminan, pemeliharaan, dan saling menanggung. Sekalipun takaful sendiri tidak dijumpai dalam teks-teks suci al-Qur'an dan sunnah. Misalnya dalam surat

¹ Engku Rabiah Adawiah Engku Ali, Dkk, *Essential Guide To Takaful (Islamic Insurance)*, (Malaysia: Mashi Publication Sdn, Bhd, 2008), hlm.3

² Interntional Shariah Research Academy for Islamic Finance (ISRA), *Sistem Keuangan Islam – Prinsip dan Operasi*, (Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2015), hlm,606

Taha: 40 Allah menggunakan kata *yakfulu* (membeli hara), dalam surat An-nisa': 85 Allah menggunakan kata *kiflun* (memikul/menjamin), dan rasulullah SAW pernah menggunakan kata-kata *kafilun* (penjamin) ketika beliau memuji orang-orang yang memelihara dan menanggung kesulitan hidup anak-anak yatim. Kata takaful kemudian dizaman ini semakin sering digunakan dalam upaya memupuk solidaritas sosial antar sesama umat islam. Yang digunakan dan sering diungkapkan itu adalah takaful ijtimai'.³

Asuransi syariah adalah industri yang berkembang pesat saat ini. Alasan utamanya adalah untuk menawarkan alternatif syariat islam dalam asuransi. Jadi, asuransi syariah dirancang untuk memberikan perlindungan dan ganti rugi baik kepada individu dan badan hukum terhadap kerugian dan bahaya terhadap jiwa atau properti mereka.

2. Landasan Hukum Asuransi Syariah

Asuransi syariah berlandaskan pada kepentingan bersama. Asuransi syariah operasionalnya berdasarkan syariat islam, yaitu berpedoman pada al-Qur'an dan hadist. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 2 :

³ Nasrun Haroen, *Asuransi Menurut Hukum Islam*, (Padang: IAIN IB Press.1999), hlm.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحْلُوا سَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ
 الْحَرَامَ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۖ وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ
 صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا ۗ وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۗ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ
 وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Dalam konteks terapan, ta'awun dapat di anggap sebagai bentuk saling membantu (ta'awun) dalam memajukan kebaikan dan kebajikan yaitu dengan membantu para peharta yang membutuhkan dalam kesulitan atas bahaya yang akan melimpa mereka. Berikut ini hadis nabi yang juga mendorong orang untuk mengatasi kesulitan orang lain:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً
 مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا ، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ ، يَسَّرَ
 اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ، وَمَنْ سَنَّ مَسْلَمًا ، سَنَّهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ، وَاللَّهُ فِي
 عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

Dari Abu Hurairah Radhiyallahu anhu, Nabi Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa yang melapangkan satu kesusahan dunia dari seorang Mukmin, maka Allâh melapangkan darinya satu kesusahan di hari Kiamat. Barangsiapa memudahkan (urusan) orang yang kesulitan (dalam masalah hutang), maka Allâh Azza wa Jalla memudahkan baginya (dari kesulitan) di dunia dan akhirat. Barangsiapa menutupi (aib) seorang Muslim, maka Allâh akan menutup (aib)nya di dunia dan akhirat. Allâh senantiasa menolong seorang hamba selama hamba tersebut menolong saudaranya.” (H.R Muslim)

Selain berkiblat pada al-Qur’an dan hadist peusahaan asuransi di Malaysia juga memiliki undang-undang dan peraturan hukum yang mengatur tentang takaful. Yang mana dijalankan oleh takaful di malaysia yang di atur dalam:

- Menurut takaful malaysia act 1984: “Takaful adalah skema yang didasari pada bersaudaraan, solidaritas dan bantuan timbal balik yang menyediakan bantuan kepada peserta dalam hal kebutuhan, dimana peserta sepakat untuk berkontribusi untuk tujuan itu”⁴

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

Standar akuntansi, audit dan tata kelola AAOIFI lembaga keuangan islam menjelaskan asuransi islam adalah suatu sistem dimana para peserta menyumbangkan sebagian atau seluruh kontribusi mereka yang yang digunakan untuk membayar klaim atau kerusakan yang diderita oleh peserta. Peran perusahaan dibatasi untuk mengelola operasi asuransi dan menginvestasi

⁴ Takaful Malaysia Act 1984 bagian 2

kontribusi asuransi” (Standar Akuntansi Keuangan No.12, dalam lampiran E).⁵

- Standar syariah AAOIFI 26 (2) tahun 2007 menjelaskan “Asuransi islam adalah perjanjian antara orang-orang yang terpapar risiko untuk melindungi diri dari bahaya yang timbul dari resiko dengan membayar kontribusi atas dasar komitmen untuk menyumbang” (*iltizam bi al tabarru*). Setelah itu dana asuransi di perlakukan sebagai badan hukum yang terpisah (*shakhsiyyah i'tibariyyah*) yang memiliki tanggung jawab keuangan independen, dana tersebut akan mencakup kompensasi terhadap kerugian yang menimpa setiap peserta karena terjadinya risiko yang diasuransikan (bahaya) sesuai dengan ketentuan kebijakan.⁶
- *The Islamic Financial Services Board* (IFSB) dan *International Association of Insurance Supervisor* (IAIS) menyebutkan bahwa:

“takaful adalah mitra islam dari asuransi konvensional yang ada dalam bentuk kehidupan (keluarga) dan bentuk-bentuk umum. Hal ini di dasarkan pada solidaritas bersama dan dan usaha takaful yang khas terdiri dari struktur dua tingkat yang merupakan gabungan dari bentuk bersama dan komersial perusahaan.”⁷

⁵ Accounting, Auditing, And Governance Standards For Islamic Financial Instituion (AAOIFI) (2004/05), Financial Accounting Standard NO.12, In Appendix E)

⁶ Standar syariah AAOIFI 26 (2) tahun 2007

⁷ The Islamic Financial Services Board (IFSB) dan International Association of Insurance Supervisor (IAIS)

3. Prinsip Operasional Asuransi Syariah

Asuransi harus dibangun atas fondasi dan prinsip dasar yang kuat serta kokoh. Dalam hal ini, prinsip dasar asuransi syariah ada sepuluh macam, yaitu: tauhid, keadilan, tolong menolong, kerja sama, amanah, kerelaan, kebenaran, larangan riba, larangan judi, dan larangan gharar.⁸

Sebenarnya prinsip operasional asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional hanya saja yang membedakan yaitu tidak mengandung unsur-unsur haram seperti;

- Riba (bunga)
- Gharar (ketidakpastian)
- Maisir (perjudian)

Berdasarkan prinsipnya asuransi mengandung unsur-unsur tanggung jawab bersama, ganti rugi, keadilan, kepentingan bersama dan solidaritas. Dalam islam konsep asuransi dapat diterima karena:⁹

- Para peserta akan berkeoperasi di antara mereka sendiri demi kebaikan mereka bersama.
- Setiap peserta akan membayar sumbangan agar dapat membantu sesama anggota manapun yang membutuhkan bantuan.
- Sumbangannya dianggap sebagai donasi (tabaru') kepada para anggota kelompok tersebut.

⁸ Hasan Ali, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.125

⁹ Interntional Shariah Reserch Academy for Islamic Finance (ISRA), *Sistem Keuangan Islam – Prinsip dan Operasi*, (Jakarta, Rajagrafindo Persada, 2015), hlm,609

- Donasi yang disumbangkan dimaksudkan untuk membagi kerugian dan menyebar kewajiban, sesuai dengan sistem pengumpulan komunitas tersebut.
- Unsur ketidakpastian akan tereliminasi sejauh syarat-syarat menyangkut sumbangan dan kompensasi dijelaskan kepada peserta.
- Konsep asuransi tidak ditujukan untuk memperoleh keuntungan dengan merugikan individu lainnya.

B. Agen Asuransi Syariah

1. Definisi Agen

Profesi sebagai agen asuransi syariah berbeda dengan karyawan pada umumnya. Sebagai karyawan, mereka dengan imbalan gaji yang rutin diterima setiap bulan, sedangkan agen asuransi merancang sendiri pendapatannya berdasarkan prestasi yang dicapainya. Dengan pimpinan perusahaan juga memberikan dukungan penuh kepada para agennya untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan tugas profesionalnya.

Dalam perusahaan asuransi yang menjual dan berinteraksi langsung kepada konsumen dilakukan oleh agen. Agen asuransi yaitu pihak yang mewakili penanggung dalam melakukan transaksi atas nama penanggung tersebut, tetapi tidak bertanggung jawab sama sekali

dengan apa yang dijanjikan maupun hal-hal lain menyangkut ketetapan kontrak.¹⁰

Setiap agen adalah untuk menangani semua transaksi, bisnis, operasi dan kegiatan takaful yang sesuai dengan undang-undang pedoman Bank Negara Malaysia (BNM). Setiap agen harus merujuk pada operator takaful jika ada keraguan atau ketidakkonsistenan sehubungan dengan konfirmasi atau pengamatan atas undang-undang takaful dan peraturan terkait lainnya.¹¹

Agen asuransi syariah harus menyampaikan, menginformasikan atau mempresentasikan produknya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dengan terbuka dan tidak ada yang disembunyikan. Agen asuransi juga tidak boleh memiliki praktik buruk atau berpikiran negatif kepada calon prospek atau berbagai penolakan yang diterimanya, begitu pula kepada pihak kompetitor yang menjadi saingannya.

Agen asuransi yang berkualitas menurut pendapat pemilik atau pemegang polis adalah agen yang profesional dan dapat berperan sebagai penasihat yang baik, memiliki wawasan, pengetahuan akan produk dan perusahaannya dengan baik, memiliki akhlak yang sopan, santun, peduli dan mudah bergaul. Dengan demikian, seorang agen

¹⁰ Bustari Muchtar, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 302

¹¹ SOP dan Kode Etik Takaful Zurich Takaful Malaysia Berhad

asuransi harus senantiasa berusaha meningkatkan berbagai pengetahuan yang menunjang profesinya.¹²

2. Prinsip dan Tanggung jawab Agen

Salah satu upaya yang lebih menonjol untuk agen adalah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan sangat kredibel. Untuk memastikan bahwa kepentingan perusahaan dan manfaatnya bagi masyarakat dilindungi. Berikut ini prinsip agen yang harus dimiliki oleh agen asuransi:¹³

- a. Jujur
- b. Bertanggung jawab
- c. Transparan dan adil
- d. Bekerja sesuai dengan kode etik yang berlaku

Harus diakui bahwa tanggung jawab agen asuransi memang tidak kecil. Tanggung jawab agen asuransi yang terpenting adalah terhadap

- Tanggung jawab terhadap diri sendiri

Ditunjukkan dengan kesediaan untuk mengembangkan diri dan belajar secara berkesinambungan untuk memperbarui kompetensi diri di bidang keahliannya.

¹² Abdullah amirin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta:Grasindo,2007),hlm.102

¹³SOP dan Kode Etik Takaful Zurich Takaful Malaysia Berhad

¹⁴ Sugeng widodo, *Mindset Sukses Agen Asuransi*, (Jakarta:Gramedia,2011), hlm.9

- Tanggung jawab pada perusahaan

Ditunjukkan dengan penguasaan produk serta regulasi yang mengaturnya, sehingga terhindar dari tuntutan hukum maupun timbulnya citra buruk akibat kesalahan agen. Agen asuransi juga bertanggung jawab pada tugas dan target yang disepakati bersama perusahaan.

- Tanggung jawab pada pemegang polis

Ditunjukkan dengan menjaga komunikasi dan hubungan baik dengan pemegang polis, sehingga apabila terjadi masalah terkait dengan polisnya, agen asuransi dapat membantu untuk mencari solusi. Perlu diingat bahwa uang bukanlah satu-satunya alasan bagi agen profesional ketika memberikan pelayanan yang baik kepada pemegang polis. Komitmen sosial dan nilai-nilai spiritual bisa menjadi alasan bagi agen asuransi dalam bekerja.

- Tanggung jawab pada masyarakat

Ditunjukkan dengan memberi penjelasan yang benar tentang produk maupun hak dan kewajiban pemegang polis. Intinya dalam menjalankan tugas profesinya di masyarakat, agen asuransi harus berpijak pada regulasi intern perusahaan maupun regulasi dalam industri asuransi, termasuk kode etik yang berlaku dalam profesinya.

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

3. Kode etik dan larangan agen

Dalam menjalankan tugasnya agen haruslah bekerja sesuai dengan tanggung jawabnya secara baik dan menjaga nama baik perusahaannya. Sebagaimana yang disebutkan dalam SOP agen Zurich Takaful Malaysia Berhad berikut ini kode etik agen:¹⁵

- a. Agen tunduk pada ketentuan UU Takaful Act 1984 dan peraturan lain yang dikeluarkan oleh operator takaful, pembuat undang-undang, dan otoritas lainnya.
- b. Agen tunduk pada pemenuhan persyaratan minimum untuk pengembangan profesi berkelanjutan (*Continuous Professional Development/CPD*) sesuai dengan pedoman waktu CPD yang dikeluarkan dari waktu ke waktu,
- c. Transaksi takaful didasarkan pada kepercayaan dan kejujuran serta sikap tanggung jawab dan tingkat profesionalisme yang tinggi pada

prinsip:

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

- Kejujuran
- Keadilan
- transparansi
- Tanggung jawab
- Tawakal
- Dapat dipercaya
- Kebaikan hati dan amal

¹⁵ SOP dan Kode Etik Agen Zurich Takaful Malaysia Berhad

d. Prosedur disiplin dan hukuman, jika terjadi pelanggaran kode etik oleh agen, asosiasi takaful malaysia dapat mengenai hukuman:

1. Denda yang dikenakan pada operator takaful oleh asosiasi takaful malaysia kerana pelanggaran oleh agen.
2. Sebuah proposal atau surat keputusan bahwa kontrak kerja agen tersebut dihentikan.

Berdasarkan kode etiknya tersebut, maka larangan agen bagi seorang agen adalah sebagai berikut:¹⁶

- a. Membuat, memproduksi atau berpartisipasi dalam pembuatan setiap tindakan atau pengumpulan apapun, menjanjikan atau memperkirakan, membingungkan tidak jujur mengenai hal apapun.
- b. Membuat iklan agen sendiri melalui media cetak ataupun tertulis dari takaful operator.
- c. Menggunakan nama perusahaan selain yang diizinkan perusahaan.
- d. Menyesatkan publik dengan membuat mereka percaya bahwa agen adalah operator takaful atau penyedia perlindungan takaful, atau bahwa produk takaful disediakan oleh agen.
- e. Membuat kritik yang tidak akurat dan tidak adil terhadap perusahaan asuransi lain.
- f. Meyakinkan klien untuk membatalkan sertifikat yang ada kecuali sertifikat yang ada tersebut tidak memenuhi kebutuhan klien.

¹⁶ Ibid.

- g. Menggunakan nama-nama proksi termasuk anggota keluarga untuk mengamankan kontrak sebagai agen dengan maksud melakukan transaksi apapun atas nama operator takaful.
- h. Menggunakan informasi apapun yang diperoleh perusahaan untuk memajukan tujuannya sendiri atau tujuan apapun selain operator takaful.
- i. Memungut biaya tambahan atas kontribusi yang disetujui kecuali calon pemegang sertifikat diberitahu tentang jumlah dan tujuan dari biaya tambahan.



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

BAB III

GAMBARAN UMUM

ZURICH TAKAFUL MALAYSIA BERHAD

A. Sejarah Berdirinya Zurich Takaful Malaysia Berhad

Perusahaan Zurich adalah perusahaan global yang berdiri pada tahun 1872 yang berkantor pusat di Swiss. Zurich merupakan salah satu perusahaan asuransi berpengalaman di dunia yang mempunyai karyawan sekitar 53.000 orang yang berkompeten dibidangnya. Zurich menyediakan berbagai macam seperti dan keselamatan jiwa, serta produk dan pelayanan asuransi jiwa lebih dari 210 negara dan wilayah.¹

Zurich memimpin perusahaan asuransi multi-lini yang melayani pelanggannya di pasar global dan lokal yang sudah banyak tersebar di negara-negara asia pasifik, diantaranya:

1. Hongkong
2. Australia
3. Jepang
4. China
5. Indonesia
6. Singapore

¹ Profil Company Zurich Takaful Malaysia Berhad

7. Malaysia

Berikut merupakan perjalanan atau siklus perkembangan Zurich di Malaysia:

1. Asuransi MCIS dan Asuransi Zurich bergabung untuk membentuk Asuransi MCIS Zurich pada tahun 2002.
2. Asuransi Zurich mengakuisisi 100% saham Jaminan Malaysia Alliance Berhad (Jaminan MAA) pada tahun 2011.
3. Jaminan MAA diganti namanya menjadi Zurich Insurance Malaysia Berhad (ZIMB) pada tahun 2012.
4. Zurich mulai pusat servis regional di Malaysia pada tahun 2013.
5. Zurich membuang saham dalam Asuransi Zurich MCIS pada tahun 2014.
6. Asuransi Zurich mengakuisisi 100% saham MAA Takaful Berhad dan mengganti nama perusahaan menjadi Zurich Takaful Malaysia Berhad (ZTMB) pada tahun 2016.
7. ZIMB mengalihkan bisnis asuransi umumnya ke entitas hukum yang terpisah antara Zurich General Insurance Malaysia Berhad (ZIMB) diganti namanya menjadi Asuransi Jiwa Zurich Malaysia Berhad pada tahun 2018.

Zurich Takaful Malaysia Berhad (ZTMB) adalah salah satu operator Takaful Malaysia yang berdiri pada tahun 2016. Perusahaan Asuransi Zurich mengakuisisi 100% saham MAA Takaful Berhad dan mengganti nama perusahaan menjadi Zurich Takaful Malaysia Berhad

(ZTMB). Zurich Takaful Malaysia Berhad adalah bagian dari Zurich Insurance Group (Zurich) dan penyedia produk Takaful satu-satunya dalam perusahaan Zurich.

Dengan lebih dari satu dekade keahlian pasar takaful serta mempunyai jangkauan yang luas terhadap solusi dari takaful keluarga dan umum. Zurich Takaful Malaysia Berhad melayani berbagai kebutuhan pelanggan, melayani lebih dari 1,1 juta pemegang sertifikat nasional. Bersama dengan tim dan manajemen yang kuat serta karyawan yang berkomitmen dan berbakat dan didukung oleh lebih dari 10.000 kekuatan agen yang berdedikasi. Zurich Takaful Malaysia Berhad berkomitmen untuk membantu pelanggan dalam memahami dan melindungi diri dari resiko. Zurich diposikan secara unik di dalam pasar asuransi dan takaful Malaysia di mana menawarkan berbagai solusi yang mencakup baik kepatuhan syariah maupun konvensional.

Zurich Takaful Malaysia Berhad memiliki 15 jaringan kantor cabang nasional yang luas untuk melayani kebutuhan takaful masyarakat.



Keterangan Gambar:

- | | |
|------------------|-------------------|
| 1. Alor Setar | 8. Klang |
| 2. Sungai Petani | 9. Seremban |
| 3. Kota Bharu | 10. Malaka |
| 4. Penang | 11. Johor Bahru |
| 5. Ipoh | 12. Kuching |
| 6. Kuantan | 13. Kota Kinabalu |
| 7. Kuala Lumpur | |

Pada tahun 2017 perusahaan Zurich Takaful Malaysia Berhad mendapatkan penghargaan sebagai perusahaan takaful paling Luar Biasa pada acara “2017 Most Outstanding Takaful Company” di KLIFF Penghargaan Islam Finance 2017. Penghargaan diberikan untuk menghormati, mengenali, dan mengakui upaya dan kontribusi yang signifikan oleh lembaga keuangan dalam pengembangan industri keuangan Islam.

B. Visi dan Misi

Sebagaimana dibunyikan dalam falsafahnya :

“Kami adalah Zurich, satu perusahaan global dengan satu misi, satu set nilai kebersamaan dan komitmen yang jelas untuk kami sebagai stakeholder: pelanggan kami, orang-orang kami, pemegang saham kami

dan masyarakat di mana kami hidup dan bekerja, perusahaan Global ditentukan oleh nilai-nilai.”²

a) Visi

Menjadi perusahaan asuransi dan operator takaful terbaik di dunia dari perspektif pelanggan, distributor, karyawan dan pemegang saham.

b) Misi

Dalam berbisnis, kami membantu pelanggan untuk memahami dan melindungi diri dari resiko.

Selain visi dan misi perusahaan Zurich takaful Malaysia Berhad juga memiliki slogan “Perlindungan cerdas untuk pelanggan, komunitas, dan pemangku kepentingan lainnya”. Dalam menjalankan tugas dan mencapai tujuan serta visi dan misi, perusahaan memiliki dasar kerja yang selalu dipegang kuat oleh antaranya;

a. Integritas

b. Kerja tim

c. Fokus pelanggan

d. Keunggulan dan penciptaan nilai berkelanjutan

Budaya Kerja yang dianut oleh Perusahaan Zurich Takaful Malaysia Berhad yaitu:

a) Bertanggung Jawab, komunikasi dua arah dan terbuka, harapan jelas, dan karyawan memiliki pendapat, keputusan, dan tindakan mereka.

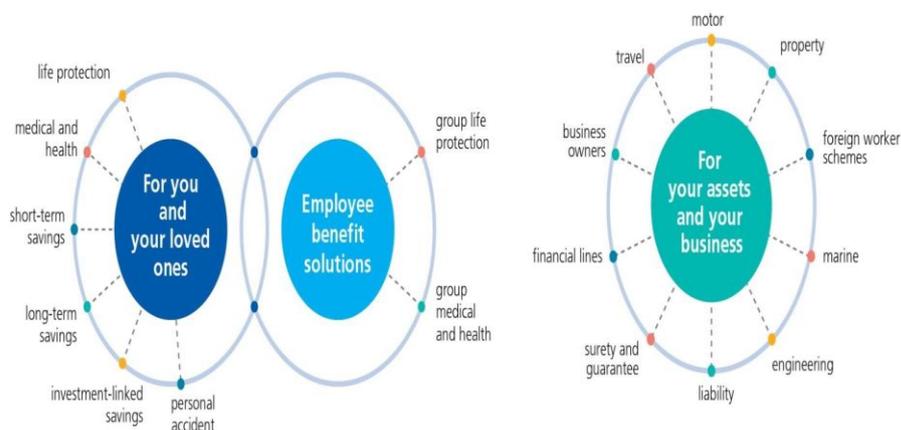
² Corporate Persentase Zurich

- b) Diberdayakan, eksekusi adalah tujuan, penilaian dan pengetahuan digabungkan dengan berbagi ide secara terbuka untuk mendorong keputusan
- c) Fokus Pasar, lingkungan eksternal merupakan faktor konstan dalam keputusan dan tindakan.
- d) Meritokrasi, peluang, pembayaran, dan promosi didasarkan pada kinerja dan hasil.
- e) Dimotivasi oleh tujuan yang sama, orang-orang Zurich percaya pada perusahaan dan satu sama lain.
- f) Berorientasi pada hasil, hasil diakui dan dirayakan sebagai ukuran keberhasilan yang sebenarnya

C. Portofolio dan Model Bisnis Perusahaan

1. Portofolio Bisnis Perusahaan

Ketika masa depan sudah dipenuhi secara finansial, Perusahaan Zurich membantu melindungi keluarga, aset, bisnis dan karyawan dalam bekerja untuk masa depan sebagai berikut:



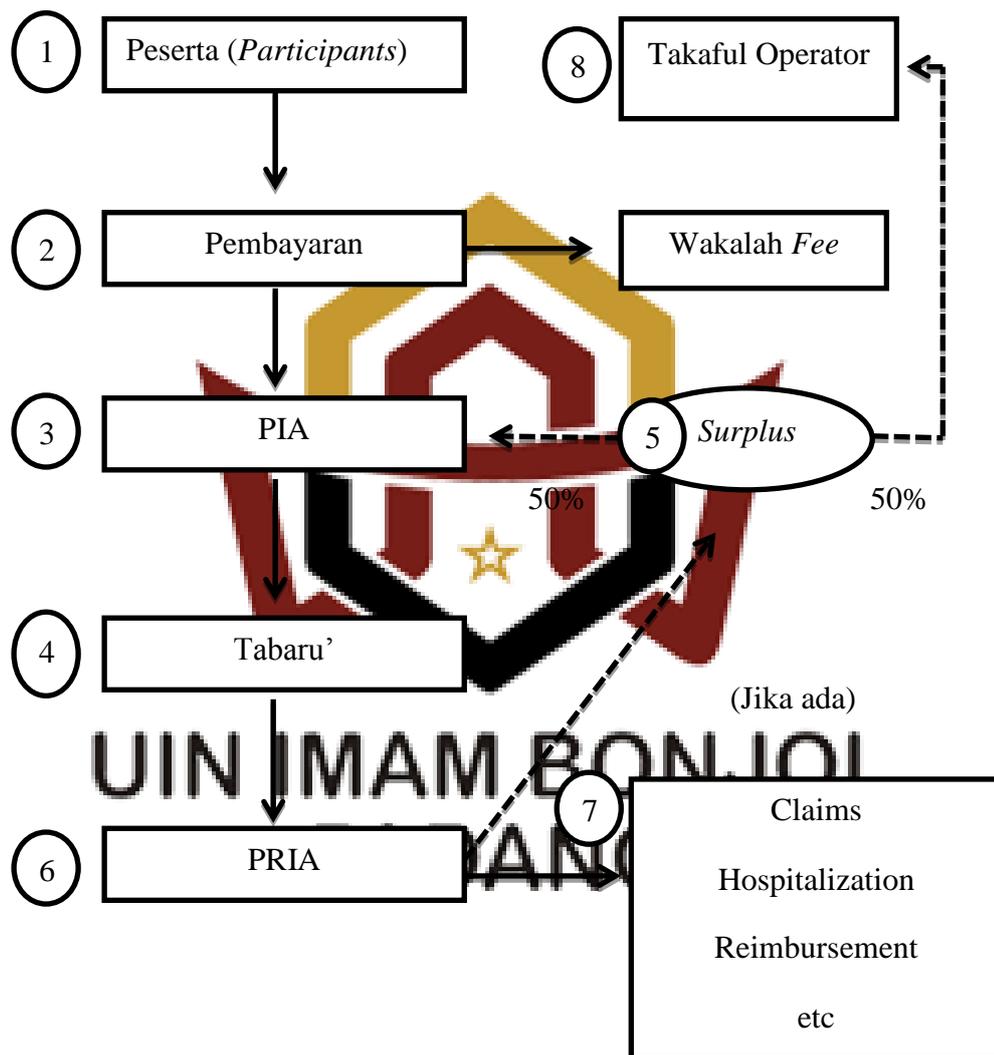
Keterangan Gambar:

1. Untuk anda dan orang yang anda cintai (*for you and your loved ones*)
 - a. Perlindungan kehidupan (*Life protection*)
 - b. Medis dan kesehatan (*Medical and health*)
 - c. Tabungan jangka pendek (*Short-term savings*)
 - d. Tabungan jangka panjang (*Long-term savings*)
 - e. Tabungan terkait investasi (*Investment-linked saving*)
 - f. Kecelakaan diri (*Personal accident*)
2. Manfaat solusi karyawan (*Employee benefit solutions*)
 - a. Grup perlindungan jiwa (*Group life protection*)
 - b. Grup medis dan kesehatan (*Group medical and health*)
3. Untuk aset dan bisnis anda (*For your assets and your bussines*)
 - a. Motor
 - b. Property
 - c. Skema pekerja asing (*Foreign worker schemes*)
 - d. Laut (*Marine*)
 - e. Mesin (*Engineering*)
 - f. Kewajiban (*Liability*)
 - g. Jaminan dan garansi (*Suretyandguarantee*)
 - h. Saluran keuangan (*Financiallines*)
 - i. Pemilik bisnis (*Businessowners*)
 - j. Travel

UIN IMAM BONJOL
PADANG

2. Model Bisnis dalam Zurich Takaful Malaysia Berhad

Model bisnis yang digunakan pada Zurich Takaful Malaysia Berhad adalah sebagai berikut:



Keterangan:

1. Peserta yang menyertai produk takaful.
2. Peserta melakukan pembayaran yang disebut dengan kontribusi peserta.
3. *Participant Investment Account* (PIA) atau Akun Pelaburan Peserta merupakan akaun simpanan peserta, dimana sumbangan bulanan atau tahunan yang dibayar oleh peserta akan dimasukkan ke dalam akaun ini. Akaun ini merupakan akaun individu yang digunakan untuk memperoleh keuntungan.
4. *Tabarru'* merupakan jumlah yang diperkenankan sebagai bayaran takaful yang telah disetujui oleh peserta untuk menyumbang atau membantu peserta yang menyertakan rancangan dan membayar manfaat-manfaat takaful.³
5. Keuntungan yang diperoleh dari dana PIA dan PRIA yang telah diinvestasikan.
6. *Participant Risk Investment Account* (PRIA) atau Akaun Pelaburan Resiko Peserta merupakan Akaun pegangan peserta yang mana potongan *tabbaru'* dari PIA akan investasikan kesemua manfaat, dengan pengecualian manfaat serahan pengeluaran tunai dan matang, seperti yang dinyatakan dalam kontrak akan dibayar dari dana tersebut.⁴

³ Sijil

⁴ *Ibid*,

7. Dana PRIA akan digunakan untuk pembayaran klaim, rawat inap, pengembalian dan lain-lain.
8. Takaful Operator merupakan wakil yang ditunjuk dan dipercayai oleh peserta dalam mengelola dana yang dibayarkan oleh peserta.

D. Produk-Produk Zurich Takaful Malaysia Berhad

Pada Zurich Takaful Malaysia Berhad mempunyai beberapa klasifikasi atau pengelompokan dari produk-produk yang ditawarkan, sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari peserta. Produk yang ditawarkan perusahaan dibagi atas 2 bagian diantaranya takaful keluarga (*takaful family*) dan takaful umum (*takaful general*) dimana kedua bagian tersebut didalamnya terbagi atas beberapa produk.

1. Takaful Keluarga (*Takaful Family*)

a. Medica 2015

Merupakan produk asuransi syariah Zurich Takaful Malaysia Berhad dengan rencana perobatan yang menawarkan manfaat komprehensif. Dimana produk ini menawarkan diskon tanpa tuntutan kontribusi tahunan untuk peserta yang tetap sehat.

Produk ini juga menyediakan manfaat kematian sebanyak RM5,000 bila adanya kematian atas semua sebab. Jaminan pada

produk ini berlaku hingga usia 80 tahun.⁵ Berikut ini 10 keunggulan produk Medica 2015:

- Nikmati manfaat seumur hidup tanpa batas
- Diskon tanpa klaim
- Nikmati perlindungan perobatan komprehensif tanpa ko-Takaful
- Pendapat perobatan kedua
- Rencana perobatan yang komprehensif dan sesuai
- Tanpa tunai, bantuan 24 jam dan masuk rumah sakit dengan mudah
- Pengobatan kanker dan dialisis ginjal seperti yang di bebaskan
- Perlindungan dimana saja anda berada
- Pembaruan premi
- Manfaat kematian

b. Takafulink
UIN IMAM BONJOL
 Merupakan produk Zurich Takaful Malaysia Berhad
PADANG
 mengenai rencana takaful keluarga yang berkaitan dengan investasi yang dibuat khusus untuk mengatasi ketidak pastian hidup serta memaksimalkan jumlah pengembalian dengan membuka peluang untuk meghasilkan peedapatan yang lebih tinggi. Dengan membayar paling rendah RM50 perbulannya, jaminan pada produk

⁵ Brosur medica2015

ini berlaku hingga usia 80 tahun.⁶ Takafulink menyediakan 8 dana investasi, diantaranya:

1) Dana Syariah Growth Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan pertumbuhan modal dalam jangka sederhana hingga jangka panjang, yang sesuai untuk investasi yang mempunyai toleransi resiko yang tinggi.

2) Dana Syariah Income Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan peluang pendapatan yang stabil, sesuai untuk investasi yang mempunyai toleransi resiko rendah dan sederhana.

3) Dana Syariah Balanced Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan pendapatan yang stabil dan meningkatkan potensi modal dalam jangka waktu sederhana hingga panjang, yang sesuai untuk investasi yang mempunyai

toleransi resiko sederhana dan tinggi.

4) Dana Syariah Flexi Zurich Takaful

Bertujuan untuk menghasilkan potensi peningkatan modal dalam jangka waktu sederhana hingga panjang yang dapat dicapai melalui fleksibiliti dalam alokasi aset. Sesuai untuk investasi yang mempunyai resiko sederhana dan tinggi.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

⁶ Brosur Takafulink

5) Dana Syariah Growth 2 Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan pertumbuhan modal dalam jangka waktu sederhana hingga panjang, sesuai untuk investasi yang mempunyai resiko toleransi yang tinggi.

6) Dana Syariah Income 2 Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan tahap pemulangan pendapatan yang stabil, yang sesuai untuk investasi yang mempunyai toleransi resiko yang rendah dan sederhana.

7) Dana Syariah Balanced 2 Zurich Takaful

Bertujuan untuk menyediakan pendapatan yang stabil dan potensi peningkatan modal dalam jangka waktu sederhana dan panjang, sesuai untuk investasi yang mempunyai toleransi resiko sederhana dan tinggi.

8) Dana syariah Flexi Zurich Takaful

Bertujuan untuk menghasilkan peningkatan potensi modal dalam jangka waktu sederhana hingga panjang yang dapat dicapai melalui fleksibiliti dalam alokasi aset, sesuai untuk investasi yang mempunyai resiko sederhana dan tinggi.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Takafulink terbagi atas:

1. Takafulink Wanita

Memberikan beberapa perlindungan kepada wanita seperti penyakit wanita dan perlindungan untuk wanita hamil serta perlindungan untuk wanita dimasa tua.

2. Takafulink Education

Menyediakan cara untuk orang tua mengumpulkan dana untuk pendidikan anak-anak dan selain itu juga menyediakan perlindungan terhadap kematian anak di usia dini.

3. Takafulink Hajj

Menyediakan jaminan untuk keluarga yang akan melaksanakan ibadah haji.

4. Takafulink single invest

Memberikan perlindungan atas investasi baik dalam jangka menengah hingga jangka panjang.

c. Takaful Seniorsgold

Merupakan produk Zakaat Takaful Malaysia Berhad mengenai rencana dengan kontribusi lazim dengan

perlindungan hingga 90 tahun. Produk ini diperlukan oleh warga senior atau yang mereka sering sebut warga emas. Dengan hanya membayar paling rendah RM50 perbulannya.⁷ Berikut ini

keunggulan dari produk seniorgold:

1. Penerimaan dijamin
2. Perlindungan bisa diperbarui hingga usia 90 tahun
3. Tidak ada pemeriksaan kesehatan
4. Kontribusi terjangkau paling rendah hanya RM50 perbulan

⁷ Brosur Takaful Seniorsgold

5. Perlindungan 24 jam di seluruh dunia
6. Kontribusi tidak meningkat sesuai peningkatan usia
7. Manfaat pemulangan kembali hingga RM3,000
8. Perindungan terbaik, manfaat kematian alami dan konsekuensi kecelakaan

2. Takaful Umum (*General Takaful*)

a. Untuk bisnis (*For your business*)

1. Optimuz

Merupakan produk solusi lengkap untuk perlindungan usaha kecil. Ketika bisnis Anda adalah hasrat Anda, Anda hanya ingin cara terbaik untuk melindunginya. Apakah itu perlindungan bagi karyawan atau bisnis, Optimuz adalah solusi.⁸ Berikut informasi regulan dari optimuz:

- Kenyamanan, optimuz hemat waktu dan nyaman karena semua kutipan dan kebijakan diterbitkan di tempat.
- Fleksibilitas, optimuz memberi fleksibilitas untuk mengambil dan memilih cakupan yang dibutuhkan dengan asuransi kebakaran sebagai perlindungan utama.
- Mendukung, juga dapat yakin dengan layanan yang efisien dari agen yang berdedikasi dan respons yang cepat.

⁸ Brosur Optimuz

2. Takaful kebakaran (*fire takaful*)

Merupakan produk untuk lindungi bisnis Anda jika terjadi kebakaran. Wabah kebakaran dapat terjadi di tempat bisnis kapan saja, peristiwa yang tidak menguntungkan seperti itu dapat menimbulkan kerugian besar bagi bisnis. Takaful kebakaran oleh Zurich dirancang khusus untuk menutupi kehilangan atau kerusakan pada properti yang disebabkan oleh api, kilat dan ledakan.⁹

Sijil takaful kebakaran ini melindungi kerugian atau kerusakan terhadap harta yang dilindungi seperti bangunan dan kandungannya yang disebabkan oleh kebakaran, kilat atau letupan peralatan rumah tangga serta gas yang digunakan untuk tujuan domestik saja sepanjang tempo waktu perlindungan takaful. Boleh melanjutkan manfaat sijil dengan menambah investasi tambahan bagi melindungi perihal berikut:

- Kerusakan disebabkan oleh pesawat udara
- Gempa bumi dan letusan gunung berapi
- Badai, badai kencang
- Banjir
- Letupan

⁹ Brosur Fire Takaful

- Dampak kerusakan
- Pecahan atau limpahan peralatan tangki air atau pipa
- Kebakaran belukar / lalang
- Tanah runtuh
- Pembakaran spontan
- Kebocoran pemercik air
- Barangan dan stok yang menjalani proses pemanasan atau pengeringan
- Rusuhan, mogok dan kerosakan akibat perbuatan berniat jahat
- Kerusakan akibat pohon tumbang ataupun dahan pohon dan objek lain



Nota: Anda perlu memperbaharui sijil takaful kebakaran setiap tahun.

UIN IMAM BONJOL PADANG

3. Takaful konsekuensi kerugian kebakaran (*fire consequential loss takaful*)

Merupakan produk untuk melindungi hilangnya keuntungan bisnis karena kerusakan terkait api. Hilangnya aset fisik Anda setelah terjadinya kebakaran dapat membebani secara finansial. The Fire Consequential Loss Takaful oleh

Zurich dirancang khusus untuk melengkapi sertifikat Takaful kebakaran.¹⁰

Sijil ini memberi perlindungan untuk kerugian ke atas untung kasar akibat penurunan dalam perolehan dan penambahan dalam biaya kerja karena gangguan perniagaan akibat bahaya yang dilindungi di bawah sijil kebakaran.

Diantaranya:

- Perbelanjaan overhead bertahan
 - Penambahan biaya kerja
 - Kerugian keuntungan bersih
 - Upah pekerja
- Boleh meluaskan perlindungan ke atas risiko berikut dengan sumbangan tambahan
- Pembekal khusus
 - Pembekal bukan khusus
 - Pelanggan khusus
 - Pencegahan Jalan Masuk
 - Kemudahan awam
 - Penyakit berjangkit, pembunuhan, bunuh diri, serangga perosak, keracunan makanan atau minuman atau kerosakan sistem sanitasi

¹⁰ Brosur fire consequential loss takaful

Tempoh perlindungan ialah selama setahun perlu memperbaharui sijil Takaful setiap tahun.

b. Untuk aset pribadi (*for your personal asset*)

1. Takaful kebakaran (*fire takaful*)

Merupakan produk untuk melindungi properti dan inventaris jika terjadi kebakaran. Meskipun ada banyak hal yang dapat kita lakukan untuk mencegah peristiwa kebakaran yang tidak menguntungkan, kebakaran dapat terjadi di saat-saat yang tidak terduga.

Fire Takaful kami dirancang untuk menutupi kerugian atau kerusakan pada properti dan barang-barang pribadi yang disebabkan oleh kebakaran, kilat atau ledakan yang disebabkan oleh gas yang digunakan untuk keperluan domestik.¹¹

Sijil takaful kebakaran ini melindungi kerugian atau kerusakan terhadap harta yang dilindungi seperti bangunan dan kandungannya yang disebabkan oleh kebakaran, kilat atau letupan peralatan domestik serta gas yang digunakan untuk tujuan domestik saja sepanjang tempo waktu perlindungan takaful. Boleh melanjutkan manfaat sijil dengan menambah investasi tambahan bagi melindungi perihal berikut:

¹¹ Brosur Fire Takaful (general)

- Kerusakan disebabkan oleh pesawat udara
- Gempa bumi dan letusan gunung berapi
- Badai, badai kencang
- Banjir
- Letupan
- Dampak kerusakan
- Pecahan atau limpahan peralatan tangki air atau pipa
- Kebakaran belukar / lalang
- Tanah runtuh
- Pembakaran spontan
- Kebocoran pemercik air
- Baran dan stok yang menjalani proses pemanasan atau pendinginan
- Rusuhan, mogok, kerusakan akibat perbuatan berniat jahat

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

- Kerusakan akibat pohon tumbang ataupun dahan pohon dan objek lain

Nota: Anda perlu memperbaharui sijil takaful kebakaran setiap tahun.

Perlindungan ini adalah berdasarkan biaya mengembalikan harta yang rusak atau menggantikannya

dengan harta yang sama sebagaimana keadaan semasa kerugian berlaku. Beberapa manfaatnya sebagai berikut:

- Untuk harta anda, biaya membangun seperti semula bangunan seperti asalnya.
- Untuk Barangan Peribadi Anda, biaya menggantikan barang baru. Barangan peribadi anda termasuk peralatan, perabot dan pakaian.

2. Z-Driver Takaful

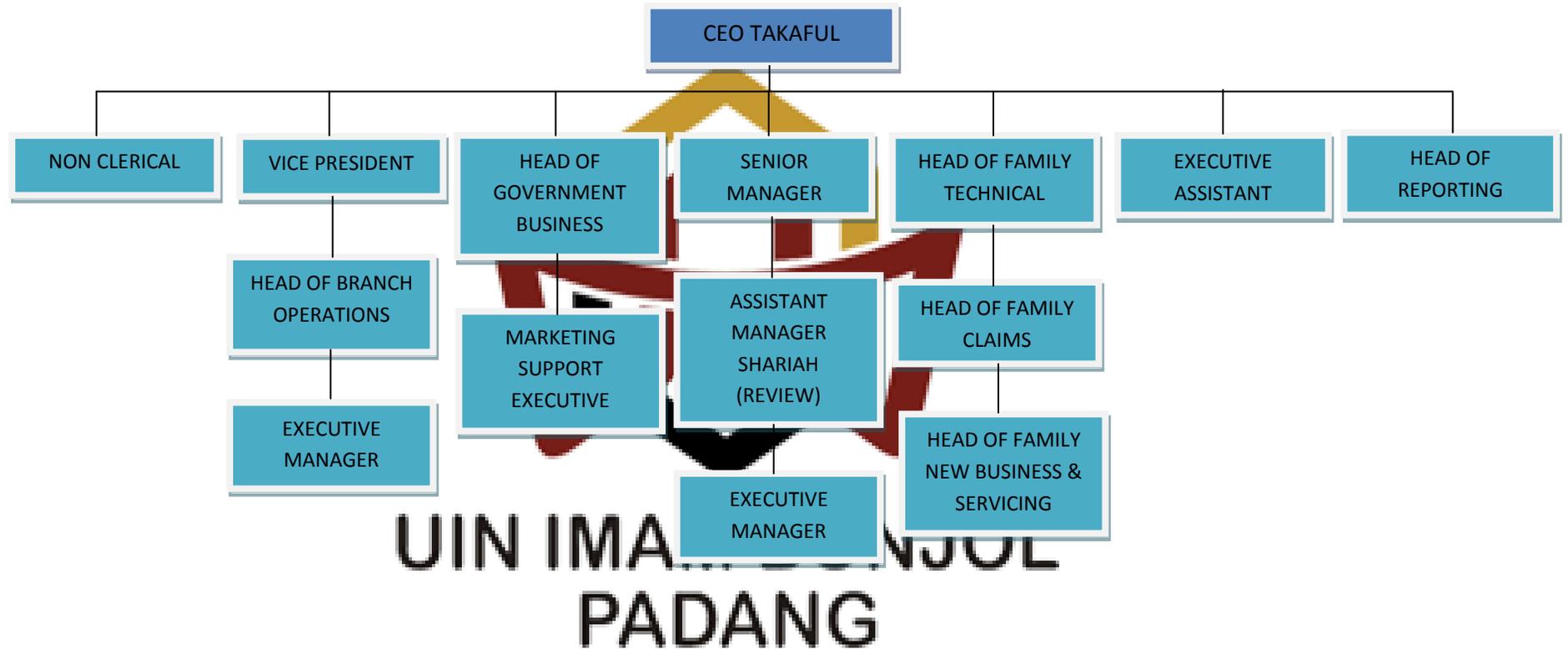
Merupakan produk untuk Melindungi Anda dan orang yang Anda cintai di jalan. Merancang Z-Driver Takaful - rencana motor driver dengan add-on SUPER VALUE untuk melindungi dengan murah.¹² Berikut ini 5 sebab mengapa Z-Driver Takaful adalah rencana terbaik:

- Bayar investasi yang lebih rendah jika anda tergolong dalam segmen yang berisiko rendah
- Diskon hingga 20% dengan kelebihan sukarela
- Perlindungan untuk kerusakan akibat banjir dengan hanya minimal rm10/setahun
- Perlindungan kecelakaan diri sampai rm175k/kereta, dengan hanya minimal rm15/setahun.

**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

¹² Brosur Z-Driver Takaful

E. Struktur Organisasi Zurich Takaful Malaysia Berhad



Keterangan organisasi:

- CEO Takaful : Salim Majid
- Non Crecial : Aminudin Musa
- Vice President : Devan Abdullah
 - Head Of Branch Operations : Norazilla Abbas
 - Executive Manager : Haslinda Mohd. Saleh
 - Executive : Ainul Fariza
- Head Of Government Business : Habiti Razali
 - Marketing Suport Executive : Norhidayah Mazlan
- Senior Manager : Ismanizam Ismail
 - Assistant Manager Shariah (review) : Muhammad Hafizul Mah Ali
 - Executive : Muhammad Amirul Azzhar
- Head Of Family Technical : Maisara Abdullah
 - Head Of Family Claims : Hasnor Hussin
 - Head Of Family New Business & Servicing : Razman Zamri
 - Claims spesialist (family claims) : Mohd Shahwirin



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

- Clerk Grade 2 (temporary) : Siti Zahida
Kamarudin
- Family New Business & Servicing Specialist: Azharezza Aziz
- Executive Assistant : Noor Azimah
- Head Of Reporting : Rafidah Abdul Jamal



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

BAB IV

STRATEGI DAN PENGARUH AGEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH

A. Strategi dan Usaha Agen dalam Meningkatkan Nasabah

Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang. Artinya pemasar harus cepat dan tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian dimana dan kapan dibutuhkannya.¹ Seorang agen harus mampu menarik minat dan merayu konsumen atau nasabah untuk terus membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan melalui berbagai strategi. Berikut ini kiat dalam menjual produk atau jasa yang ditawarkan:²

1. Pastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan adalah sesuatu yang istimewa, sehingga seluk beluk informasi tentang produk (manfaat, keandalan, teknologi, fasilitas, jasa layanan dan lain-lain) serta perusahaan harus dikuasai secara matang.
2. Persiapan sales presentation sematang mungkin.
3. Agar membawa impact, sajikan produk atau jasa dengan IMPACT:

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta:Rajawali Pers,2014),hlm.189

² Muhammad Ismail Yusanto, Dkk, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta:Gema Insani Press, 2002), hlm. 90-92

- Integrity, bawakan produk atau jasa dengan menunjukkan kepribadian diri yang jelas, be your self.
 - Manners, bawakan produk atau jasa dengan bersikap empati kepada pembeli yang potensial.
 - Personality, bawakan produk atau jasa secara orisinal dalam gagasan dan nilai.
 - Appearance, bawakan produk atau jasa dengan tampilan be the best, not be asa (biasa).
 - Consideration, bawakan produk atau jasa dengan juga memahami sudut pandang calon pembeli.
 - Tack, bawakan produk atau jasa dengan taktis, think before tack.
4. Persiapkan “sejajar” teknik untuk mengatasi keberatan atau penolakan dari pembeli potensial anda.
 5. Giring pembeli potensial pada penutupan order pembelian (closing the sale). Bila serangkaian pendekatan, presentasi dan mengatasi keberatan atau penolakan telah dilakukan, langkah selanjutnya adalah menutup rangkaian tersebut dengan penutupan order yang berarti menggiring pembeli untuk memastikan pembelian.
 6. Setelah pembeli potensial anda benar-benar jadi pembeli atau menggunakan produk anda, tugas selanjutnya adalah membina dan memelihara hubungan yang telah ada.

Tujuan utama strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah, baik sevara kualitas maupun kuantitas.

Untuk mencapai tujuan tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah atau pelanggan. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.³

Menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan cara:⁴

1. Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
2. Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan pelanggan.
3. Menutup segala kesenjangan yang ada.
4. Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan atau tidak.
5. Dengan mengukur peningkatan kerja apakah membawa keuntungan peningkatan pendapatan.
6. Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
7. Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.

Di Zurich Takaful Malaysia Berhad agen merupakan faktor penting dalam memasarkan produk. Selain mengandalkan agen perusahaan juga memanfaatkan media sosial di era global ini, seperti dengan

³ Kasmir, *op.cit.*, hlm.262

⁴ Ibid,hlm.266

memanfaatkan facebook, instagram, serta media online lainnya dalam memasarkan dan mempromosikan produk.

Sebagaimana di jelaskan dalam profil perusahaannya pertumbuhan industri asuransi umum (*Takaful General*) meruncing menjadi 1,1% pada tahun 2016, dengan pendapatan premi tertulis bruto mencapai RM17.67 miliar. Ini adalah setengah tingkat pertumbuhan 2,2% yang dicapai pada tahun 2015. Industri asuransi jiwa/keluarga (*Takaful Family*) mencatat pertumbuhan yang sehat pada tahun 2016 dengan cakupan asuransi sebesar RM1,30 triliun pada tahun 2016, 5,0% lebih tinggi dari angka yang sesuai sebesar RM1,24 triliun pada tahun 2015.⁵

Berhubungan dengan penanganan kasusnya sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu agen Zurich Financial dia menyebutkan bahwa penanganan kasus pada tahun 2016 sebanyak 62.734 kasus dan meningkat pada tahun 2017 sebanyak 64.363 kasus. Berdasarkan peningkatan tersebut, agen merupakan faktor utama yang sangat berpengaruh dikarenakan agen lain yang berhubungan dan berinteraksi langsung dengan masyarakat ataupun pesertanya.

Dalam meningkatkan nasabah seorang agen mempunyai strateginya sendiri, dimana agen selalu meningkatkan pelayanan serta hubungan baik dengan nasabah. Seperti menjalin silaturrahi dan menjaga kepercayaan nasabah dengan selalu bertemu dengan nasabahnya. Agen

⁵ Profil Company Zurich Takaful Malaysia Berhad

diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada masyarakat untuk mengetahui berbagai macam produk dan manfaat dari asuransi syariah.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama untuk menciptakan loyalitas nasabah. Tidak hanya dalam promosi, agen juga menangani nasabah yang bermasalah dan mengatasinya. Karena agen sangat berperan penting, semua permasalahan diserahkan kepada agen untuk memberi solusi. Dan apabila atas segala saran yang diberikan oleh agen tetapi nasabah tidak mau juga membayar maka perjanjian dalam sijil akan hangus dan nasabah tidak akan mendapatkan apa-apa.

Seorang agen juga berperan menyeleksi resiko atas yang akan terjadi terhadap nasabah, mengevaluasi dan mengukur besarnya resiko yang mungkin terjadi dan memberikan saran metode yang terbaik untuk pelanggan atau nasabahnya. Dengan demikian agen membantu meminimalisirkan resiko yang dihadapi oleh perusahaan.

UIN IMAM BONJOL PADANG

B. Pengaruh Agen di Perusahaan dan Kiat Perusahaan dalam Meningkatkan Kinerja Agen

Di Zurich Takaful Malaysia Berhad agen sangat berpengaruh dan sangat menentukan, karena agen merupakan kunci utama dalam pemasaran. Dan juga dilihat dari sisi dimana agen yang selalu berhubungan dan bertatap muka langsung dengan konsumen.

Dalam pemasaran di Zurich Takaful Malaysia Berhad agen berperan 90% dan 10% lagi kerjasama dengan bank. Dikarenakan Zurich

tidak ada kerjasama yang sah dengan bank mana pun yang tidak seperti perusahaan takaful lain maka Zurich hanya meminta kepada bank untuk diberi pelanggan.⁶

Jumlah agen sesuai data yang didapat dari hasil wawancara dengan kepala agen terhitung ada sekitar 6000 orang agen yang ada di Malaysia. Dan untuk di daerah Kuala Lumpur ada sekitar 1600 orang yang di antaranya mereka yang aktif sekitar 500 hingga 600 orang. Seorang agen masing-masingnya harus memiliki target sebanyak RM6000 per tahun atau sama dengan 12 policy atau sijil per tahun.

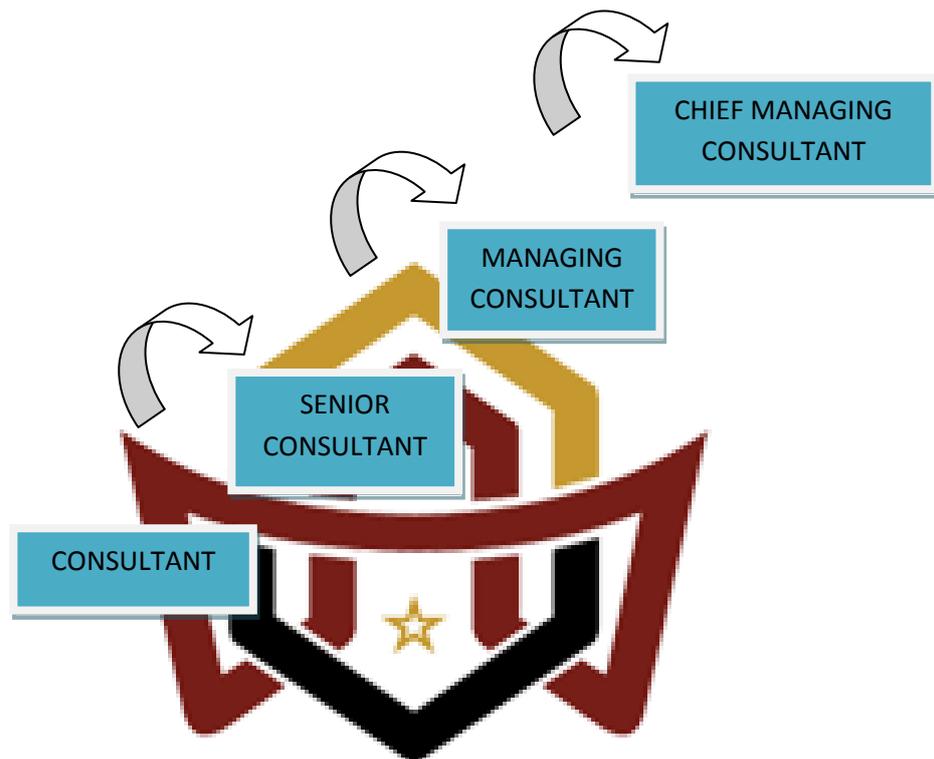
Untuk menjadi agen di Zurich perusahaan tidak memandang ras maupun agama, baik muslim maupun non muslim. Dimana rentangan usia agen boleh di usia 18 tahun keatas. Walaupun takaful sesuai dengan syariat islam agen yang non muslim tetap diterima bila agen tersebut mau memahami pekerjaan yang sesuai dengan syariat islam.

Dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja agen perusahaan juga mempunyai kiatnya tersendiri, seperti di Zurich Takaful Malaysia Berhad agar ada semangat untuk para agennya perusahaan menyediakan ruangan khusus bagi agennya yang tentunya nyaman untuk bekerja. Bukan hanya itu perusahaan juga memberikan berupa contest seperti diberi kesempatan liburan ke beberapa negara seperti Thailand, Indonesia, Turki, Bangkok, Jepang, Australia dan beberapa negara besar

⁶ Muhammad Hidayat, Head Marketing Zurich Takaful Malaysia Berhad, wawancara, Kamis/05 April 2018, 10.30

lainnya. Dari metode tersebut akan ada rasa semangat yang timbul dari agen.⁷

Berikut ini tingkatan agen di Zurich:



Keterangan:

- Consultant : awal
- Senior consultant : Setelah 2 tahun
- Managing consultant : setelah 4 tahun
- Chief managing consultant : setelah 6 tahun

⁷ Ibid,

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah penulis buat, maka dapat disimpulkan bahwa di perusahaan Zurich Takaful Malaysia Berhad agen merupakan faktor utama dalam pemasaran. Sebagaimana dijelaskan dalam wawancara dengan kepala agen bahwa pemasaran 90 % dilakukan oleh agen. Agen sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan, karena agen merupakan perantara antara perusahaan dengan nasabah atau pelanggan. Oleh karena itu, dibalik keberhasilan sebuah asuransi tidak terlepas dari kiat dan usaha agennya. Agen diharapkan selalu meningkatkan pelayanan dan menjaga kepercayaan nasabah serta mampu bekerja sesuai pada target yang telah ditentukan oleh perusahaan agar terjadi peningkatan terhadap perusahaan maupun agen tersebut sendiri.

Agen berperan mengatasi dan memberi berperan menyeleksi resiko atas yang akan terjadi terhadap nasabah, mengevaluasi dan mengukur besarnya resiko yang mungkin terjadi dan memberikan saran metode yang terbaik untuk pelanggan atau nasabahnya. Agen dituntut untuk selalu menjaga hubungan serta kepercayaan nasabah. Selalu berlaku jujur dan transparan dalam bertransaksi.

B. Saran

Perusahaan jangan terlalu berpegang teguh pada kinerja agen untuk diharapkan kepada perusahaan untuk ada hubungan kerjasama langsung dengan seperti misalnya bank, karena dapat dilihat dalam pemasarannya perusahaan tidak ada kerjasama yang resmi dengan satu ataupun beberapa bank dan hanya menawarkan untuk diberi nasabah saja.



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

DAFTAR PUSTAKA

Accounting, Auditing, And Governance Standards For Islamic Financial Instituion (AAOIFI) (2004/05), Financial Accounting Standard NO.12, In Appendix E)

Ali, Hasan, *Asuransi dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Kencana, 2004.

Amrin, Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2007.

Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.

Brosur fire consequential loss takaful

Brosur Fire Takaful

Brosur Fire Takaful (general)

Brosur medica2015

Brosur Optimuz

Brosur Takaful Seniorgole

Brosur Takafulink

Brosur Z-Driver Takaful

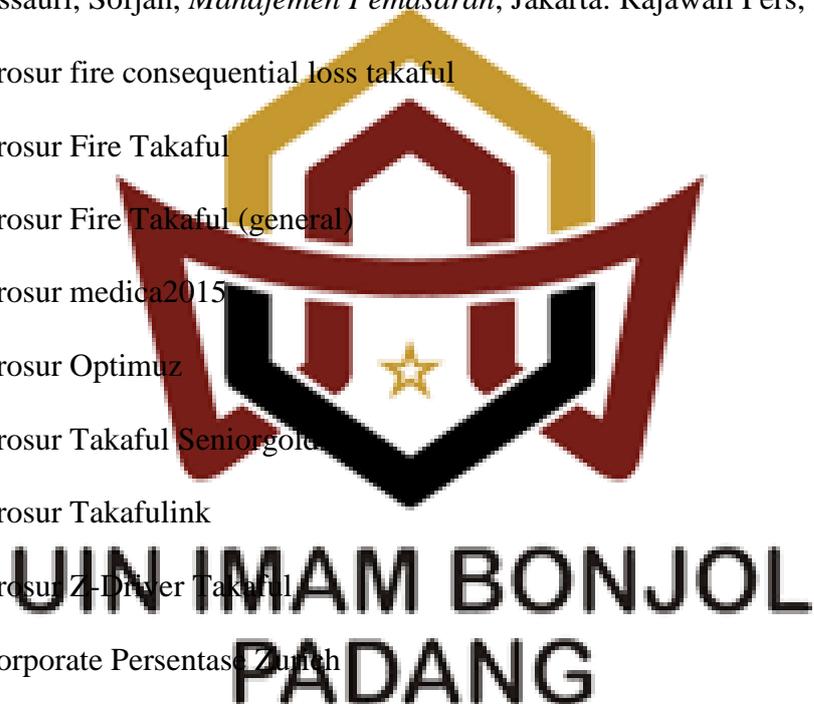
Corporate Persentase Zurich

Engku Ali, Engku Rabiah Adawiah, Dkk, *Essential Guide To Takaful (Islamic Insurance)*, Malaysia: Mashi Publication Sdn,Bhd, 2008.

Haroen, Nasrun, *Asuransi Menurut Hukum Islam*, Padang: IAIN IB Press, 1999.

International Shariah Reserch Academy for Islamic Finance (ISRA), *Sistem Keuangan Islam – Prinsip dan Operasi*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015.

Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

Muchtar, Bustari, Dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Kencana, 2016.

Profil Company Zurich Takaful Malaysia Berhad

Sijil

SOP dan Kode Etik Agen Zurich Takaful Malaysia Berhad

Standar syariah AAOIFI 26 (2) tahun 2007

Takaful Malaysia Act 1984 bagian 2

The Islamic Financial Services Board (IFSB) dan International Association of Insurance Supervisor (IAIS)

Widodo, Sugeng, *Mindset Sukses Agen Asuransi*, Jakarta: Gramedia, 2011.

Wijaya, Andika dan Wida Peace Ananta, *Hukum Bisnis Properti di Indonesia*, Jakarta: Grasindo, 2017.

Yusanto, Muhammad Ismail, Dkk, *Pengggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

LAMPIRAN



