

Strategi Pengembangan Diri Agen Asuransi Dalam Mencapai Target pada PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan

¹Alya Mahpuja Nasution, ²Rahmi Syahriza

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, alyamahpuja@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, rahmi.syahriza@uinsu.ac.id

Abstrack

This study aims to determine the agent's self-development strategy in achieving the target. At PT. Sunlife Financial Medan city branch. This research data uses qualitative or descriptive methods through interviews, observations and data provided by related companies. In achieving the targets set by the company, agents are given special training by the company in developing themselves to become good and correct agents in marketing their products, deepen themselves to know about insurance products, and learn about techniques to attract customers' interest, as well as learn how to maintain customers to continue to be customers of PT. Sunlife Financial Medan city branch.

Keywords: Strategies, Self Development, Agen.

Pendahuluan

Di zaman era globalisasi ini perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin pesat, dengan canggihnya teknologi dan modern tidak dapat menjamin akan kebahagiaan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari, karena resiko dalam hidup bisa terjadi kapan saja dan dimana saja contohnya kerusakan aset, kehilangan keluarga, kecelakaan lalu lintas dan lain sebagainya yang bisa merugikan diri maupun keluarga.

Usaha-usaha manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari yang sejahtera dan aman, sehat jasmani dan rohani. Dan mulai memikirkan apa saja yg mungkin akan terjadi baik disengaja maupun atas kelalaian manusia itu sendiri. Setiap orang berusaha mencegah terjadinya resiko ataupun mengalihkan resiko yang terjadi kedepannya. Untuk menghindari resiko-resiko yang akan terjadi seperti kecelakaan ataupun menderita kerugian di dunia dapat mencegahnya dengan caramengalihkan resiko yang di lakukan melalui perjanjian, yaitu perjanjian pertanggungan atau bisa dikenal dengan kata asuransi.

Berdasarkan UU No. 40 tahun 2014 tentang perasuransian, asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalannya.

Menurut kimizi dan Agus(2008), dasar usaha asuransi adalah kepercayaan masyarakat, terutama dalam hal kemampuan keuangan (bonafiditas) perusahaan untuk memenuhi kewajiban klaim dan kewajiban lain-lain tepat pada waktunya. Pengelolaan keuangannya. Selain menjaga kepercayaan dari masyarakat, perusahaan asuransi khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia juga harus meyakinkan para investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan asuransi.

Bisnis asuransi memproteksi kehidupan yang akan datang walaupun yang akan terjadi kedepannya tidak ada tau tapi asuransi menjamin terjadinya resiko ataupun mengalihkan resiko. Karena kehidupan manusia berjalan secara linier yang terikat oleh masa lalu, masa sekarang, dan masa yang akan mendatang. Peran yang paling terpenting terhadap penawaran produk asuransi adalah seorang agen.

Kurangnya pengetahuan agen di perusahaan asuransi Pt. Sunlife financial cabang kota Medan terhadap bagaimana cara memperoleh nasabah dalam mencapai target yang telah di tentukan oleh perusahaan. Sehingga sering terjadi permasalahan seorang agen

mengalami kesulitan untuk memenuhi target yang diinginkan oleh perusahaan. Maka Pt. Sunlife Financial membuat strategi untuk para agar mencapai target yang ditetapkan oleh perusahaan.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif adalah metode yang menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut. Metode kualitatif bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang pandangan manusia terhadap ide, persepsi ataupun pendapat, sedangkan deskriptif mengetahui tentang suatu keadaan menggambarkan fakta yang didapat dari praktek lapangan.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian Strategis

Strategi merupakan haluan untuk bertindak dalam mencapai target yang ditentukan, strategi juga dapat diartikan interaksi antara lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan perusahaan dan permainan yang direncanakan oleh perusahaan. Menurut para ahli yang mengemukakan tentang pengertian strategi di antaranya:

- a. **Steiner dan Milner** mengemukakan strategi adalah penetapan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan meningkatkan kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan implementasi secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.
- b. **Hamdun Hanafi** mengemukakan strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumberdaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.
- c. **Johnson dan Scholes** mengemukakan strategi adalah arah dan ruang lingkup dari sebuah organisasi atau lembaga dalam jangka panjang, yang mencapai keuntungan melalui konfigurasi dan sumberdaya dalam lingkungan yang menantang, demi memenuhi kebutuhan pasar dan suatu kepentingan.

B. Pengertian Pengembangan diri

Pengembangan diri merupakan salah satu usaha untuk meningkatkan diri atau mengembangkan kemampuan yang ada dalam diri, awal dari pengembangan diri itu sendiri adalah pengenalan terhadap diri sendiri yang sesungguhnya, tujuannya untuk mengetahui potensi apa yang ada dalam diri yang di kembangkan dari situ mulai di bangkitkan rasa ingin tahu, pengembangan diri bisa di artikan juga sebagai menemukan jati diri, memasuki zona kehidupan baru untuk berkembang dan tumbuh secara individual. Semakin banyak mempelajari diri maka akan lebih banyak tambahan pengalaman dan pengetahuan baru semakin pengetahuan kita, kita akan sadar masih banyak yang belum di ketahui.

Tujuan pengembangan diri untuk meningkatkan kualitas kerja dan meningkatkan semangat kerja, meningkatkan sikap moral yang ada di dalam diri, meningkatkan motivasi kerja agar agen asuransi mampu mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan.

C. Pengertian agen

Agen merupakan seorang yang berperan sangat penting dalam perusahaan, kesuksesan perusahaan tergantung kemampuan seorang agen, maka seorang agen dituntut untuk memahami produk asuransi agar tidak keliru ketika menginformasikan produknya, hingga menjual produknya. Agen asuransi adalah siapa saja yang dikuasakan oleh perusahaan untuk, mempromosi, mengenalkan produk, menjual, ataupun mengakhiri

kontrak-kontrak asuransi antara perusahaan dengan pemegang polis, setiap proses pemasaran asuransi ada pihak yang terlibat yaitu makelar asuransi. Makelar asuransi adalah seseorang yang akan membicarakan tentang kontrak asuransi yang akan ditanggung seseorang tersebut. Ia adalah agen yang ditanggung bukan dari perusahaan asuransi.

Peran agen

Peran merupakan perilaku yang harus dimiliki seseorang yang berkepentingan dalam masyarakat, misalnya petinggi-petinggi atau hanya masyarakat biasa. Dalam kehidupan peran masyarakat yang merupakan aspek dinamis dari kedudukan seseorang yang mempunyai hak-hak dan kewajibannya masing-masing sesuai dengan kedudukannya. Peran agen adalah tindakan seseorang atas kewajibannya melaksanakan tugasnya sesuai profesinya yaitu sebagai agen. Apabila seorang agen menjalankan tugasnya dengan baik sesuai tuntutannya maka tujuannya akan tercapai sesuai target perusahaannya.

D. Pembinaan agen asuransi Pt. Sunlife agar mencapai target

Berdasarkan wawancara ibu Maripa sebagai agen Pt. Sunlife Financial cabang Medan, Adapun tugas yang dilakukan untuk pembinaan agen agar mencapai target sebagai berikut:

1. Mengarahkan/briefing, maksudnya adalah manajer akan membantu para agen asuransi bagaimana meningkatkan atau mempertahankan jumlah nasabah dengan memperkenalkan produk asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga akan memudahkan para agen asuransi memperoleh target yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dilaksanakannya kegiatan ini dilakukan setiap hari di siang hari pada pukul 14.00, arahan ini dipimpin langsung oleh kepala cabang perusahaan. Setiap karyawan dan agen diwajibkan mengikuti pengarahannya ini, tujuan dari pengarahannya ini yaitu memotivasi para agen, mengarahkan tujuan kerja agen dan karyawan, membuat rencana kerja harian, mengevaluasi kinerja agen, mendengarkan keluhan dari para agen satu persatu yang memang perlu dibahas demi kemajuan para agen dan karyawan.
2. Pelatihan/training, kegiatan ini dilakukan 2 minggu sekali. Kegiatan ini para agen dan karyawan akan dibekali seperti mengetahui kemampuan apa saja yang dapat dikembangkan dari masing-masing agen dan karyawan agar dapat bekerja sesuai tuntutan perusahaan, agen akan diarahkan dalam menghadapi kendala yang akan terjadi ketika menarik para calon nasabah, pembekalan ilmu strategi dalam menghadapi persaingan antar sesama agen asuransi, baik dalam agen satu perusahaan maupun agen dari perusahaanlain, mengarahkan bagaimana memasarkan produk kepada calon nasabah dengan memahami produk yang ditawarkan dan kuasai produknya. Kegiatan akan dibimbing langsung yang lebih senior ataupun karyawan yang memiliki pengalaman yang sudah lebih menguasai kerja agen dan karyawan.

Dari pembinaan di atas, maka pengembangan diri seorang agen asuransi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. para agen harus lebih banyak belajar, diluar pelatihan dari perusahaan, para agen juga dapat memperoleh pelatihan-pelatihan dari perusahaan lain, seperti, mengikuti pelatihan terhadap kemampuan untuk memasarkan dan menjual produk asuransi.
2. perbanyak relasi dan banyak bergaul akan memudahkan para agen mengembangkan dirinya menjual produknya.
3. mengikuti pelatihan diluar perusahaan, seperti tentang cara memasarkan produk asuransi.
4. mengasah kemampuan dalam menarik calon nasabah agar mudah memahami tentang produk asuransinya.

E. Strategi yang dilakukan seorang agen dalam mencapai target pada asuransi

Strategi yang diarahkan oleh setiap agen dari perusahaan memang sama, namun setiap agen mempunyai caranya masing-masing, karena setiap agen memiliki strategi atau metode maupun teknik sendiri dalam menerapkannya. Misalnya dari cara berkomunikasi dengan calon nasabah, namun dengan cara begini bisa dilihat perbedaan ketertarikan setiap agen itu sendiri. Strategi mengembangkan diri untuk sebuah karier adalah upaya untuk meningkatkan produktivitas seorang agen atau karyawan untuk mencapai suatu target yang di tentukan oleh perusahaan, Namun pada penelitian ini menemukan perbedaan dan persamaan dalam strategi yang terdapat pada agen asuransi Pt. Sunlife Financial Cabang kota Medan. Dalam wawancara kepada pak irsan dan bu maripa, menemukan jawaban yang intinya untuk strategi pengembangan diri untuk agen itu sendiri, yaitu sebagai berikut :

1. Mendekatkan diri kepada calon nasabah
2. Memahami karakter dan sifat calon nasabah, dengan memilihkan produk asuransi yang tepat.
3. Memperbanyak relasi dan perluas pertemanan, saudara, rekan kerja. Ikut arisan, dan membuat sebuah seminar.
4. Memperluas wawasan dan memperlancar komunikasi untuk menarik calon nasabah.
5. Memberikan pemahaman tentang pentingnya asuransi.
6. Membuat prospek kerja.

Didalam pencapaian target, para agen asuransi telah diberi pembinaan oleh masing-masing unit manajer dan penerapan strategi yang telah ditetapkan, namun masih terdapat agen yang masih belum mampu mencapai target, dan peneliti menemukan kendala yang dihadapi oleh para agen didalam pencapaian target tersebut. Hasil wawancara yang dilakukan kepada agen menyebutkan bahwa ada beberapa kendala yang sering dihadapi dilapangan ketika mencari calon nasabah yaitu antara lain :

1. Kurangnya hubungan relasi didalam melakukan prospek produk asuransi kepara calon nasabah.. Kurangnya kemampuan komunikasi untuk meyakinkan para calon nasabah agar mau membeli jasa produk asuransi tersebut.
3. Adanya persaingan yang muncul dari agen – agen yang berasal dari perusahaan asuransi yang lain.
4. Kurangnya minat masyarakat untuk bergabung didalam pelayanan jasa asuransi ini.
5. Tingginya target yang ditetapkan oleh kepala cabang perusahaan, sehingga terdapat beberapa agen merasa pesimis untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Yang amat penting dalam sebuah pembinaan adalah menyusun sebuah perencanaan sumber daya manusia, dalam hal ini ialah agen asuransi. Perencanaan sumber daya manusia merupakan fungsi utama yang harus dilaksanakan dalam sebuah perusahaan, guna menjamin tersedianya tenaga kerja yang tepat untuk menduduki berbagai posisi, jabatan, danpekerjaan yang tepat waktu yang tepat, dalam mencapai dan mewujudkan tujuan sebuah perusahaan.

Kesimpulan

1. Pembinaan Agen Asuransi PT.Sunlife Financial cabang kota Medan agar mencapai target adalah dengan mengarahkan/briefing, berupa pemberian motivasi, mengarahkan tujuan kerja agen dan karyawan, membuat rencana kerja harian, melakukan evaluasi kinerja agen setiap pagi, mendengarkan keluhan dari agen dan karyawan dan hal lainnya yang dianggap perlu dibahas dalam briefing ini. Lalu mengadakan training, membentuk kepribadian agen agar dapat bekerja sesuai dengan komitmen perusahaan. Kemudian kontrol pengawasan, untuk melihat kendala apa saja yang dihadapi agen dilapangan. Selanjutnya pelatihan lanjutan, untuk agen yang cukup memiliki wawasan dan pengalaman mengenai Asuransi PT. Sunlife Financial cabang kota Medan.

2. Strategi yang dilakukan seorang Agen Syariah dalam mencapai target pada Asuransi PT. Sunlife Financial adalah membuat database prospek serta mengumpulkan referensi sebanyak-banyaknya, membuat rencana kerja, jadwal untuk memprospek dari referensi yang telah ada, serta menjaga polis-polis nasabah yang telah menjadi anggota/nasabah PT. Sunlife Financial. Tidak tercapainya target oleh agen PT. Sunlife Financial disebabkan kurangnya kemampuan komunikasi agen itu sendiri dan target perusahaan yang terlalu tinggi.

Daftar Pustaka

- Alfin dan Nur aslami, "Strategi pemasaran agen", *Journal of Islamic Management*, Vol.2 No.2, 2022.
- Dini Nur Haq,"Analisis Strategi Pemasaran agen asuransi jiwa bersama (ajb) BumiPutera cabang Ponorogo dalam mempertahankan loyalitas nasabah", (Ponogoro: IAIN Ponogoro).
- Lia Puspita, Skripsi: "Strategi pengembangan diri agen asuransi syariah dalam mencapai target", (Bengkulu: IAIN Bengkulu,2017).
- Malaya Hasibuan, "Pengembangan diri menjjadi agen pembelajar sejati". *Analytica Islamica*. Vol.3 No.2, 2014.
- Rizki Zayusman dan Muhammad haris riyaldi,"Pengaruh pemahaman dan peran agen terhadap minat nasabah memilih asuransi". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*. Vol.1 No.2, 2019.
- Sahrine Fhan Hidayati: "Strategi Pemasaran agen dalam mencapai target penjualan pada produk asuransi", (Medan: (UIN Sumatera Utara).