

Analisis Pengembangan Asuransi Syariah Pada PT. Sunlife Financial Cabang Kota
Medan

Faradila Permata Azmi

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email : permatafaradila@gmail.com

Corresponding Mail Author : permatafaradila@gmail.com

Abstract : *The study, entitled "Analysis development Strategy Of Sharia Insurance Sunlife Financial at Medan ", aims to find out the development of Sunlife Financial Islamic insurance in Medan City and the strategy for developing the Syari'ah Sunife Financial insurance in Medan City. This study uses a non-experimental quantitative descriptive approach. Data collection techniques by interview and documentation. Data analysis using SWOT analysis. Based on the research results, it is known that the potential of PT. In terms of strength, the Medan branch of Syari'ah Sunlife Financial Insurance is the principle of non-usury, the network is online, the general takaful is full of sharia, the brand is stronger as sharia insurance than other sharia insurance companies, the policy is quickly completed and the claims service is served well. Opportunities are that the majority of Medan residents are Muslim, sharia banking is growing and advances in technology (internet). Constraints owned by PT. In terms of weaknesses, the Medan branch of Syari'ah Sunlife Financial Insurance is that the market share of Islamic insurance in Medan is still low and quality human resources are still limited. Threats are the amount of competition in the insurance industry, then a lack of public understanding of the capital regulation syari'ah insurance. Strategies that can be implemented or utilized by PT.Sunlife Financial Medan City branch is a strategy of Strengths Opportunities. The strategy is to optimize the coverage area with agent support, increase and maintain cooperation with the syari'ah banking industry and increase flexibility in the claim processing mechanism.*

Keywords: *Development Strategy, Syari'ah Insurance, Sunlife Financial Analysis.*

I. Pendahuluan

Asuransi bagi masyarakat modern dianggap sebagai kebutuhan untuk menjamin perlindungan diri dan harta benda dari musibah yang akan datang. Kontrak asuransi modern secara umum memiliki kesinambungan sejarah dengan praktek pinjam meminjam yang pernah dilakukan pada zaman Yunani kuno (Muhammad, 2007). Semua asuransi baik pada masa Yunani kuno maupun asuransi pada masa sekarang, pada intinya memiliki tujuan yang sama yaitu memberikan perlindungan atas semua jenis risiko yang mungkin menimpa manusia di masa yang akan datang. Sebagian orang terlibat dalam praktek asuransi dengan motif untuk mengalihkan beban atas kemungkinan kerugian kepada pihak lain yang bersedia mengambil alih risiko. Untuk menghindari semua unsur-unsur yang diharamkan tersebut, maka muncullah perusahaan asuransi yang berbasis syariah. Tujuan dari asuransi syariah adalah untuk saling melindungi dan tolong menolong. Di Indonesia, asuransi syariah baru ada pada akhir tahun 1994 yaitu dengan berdirinya Asuransi Takaful Indonesia yang diprakarsai oleh Tim Pembentuk Asuransi Takaful Indonesia (TEPATI) dan dipelopori oleh ICMI melalui Yayasan Abdi Bangsa, Bank Muamalat Indonesia, Asuransi Jiwa Tugu Mandiri, Pejabat dari Departemen Keuangan, dan Pengusaha Muslim Indonesia. Pertumbuhan perusahaan

perasuransian syariah di Indonesia tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan.

II. Landasan Teori Dan Metode Penelitian

Landasan Teori

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Pemasaran juga merupakan suatu kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa. Pengertian ini memberikan gambaran bahwa pemasaran merupakan kegiatan dalam rangka meningkatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dalam rangka meningkatkan kebutuhan dan keinginan melalui pertukaran dalam rangka mencapai target dari perusahaan. Kegiatan pemasaran itu luas, bukan hanya sekedar menjual barang, melainkan segala aktivitas yang berhubungan dengan arus barang sejak dari tangan produsen sampai ketangan konsumen akhir.

Philip Kotler dan A.B Susanto menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manjerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan kegiatan melalui penciptaan dan pertukaran dengan yang lain.

Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Strategi Pemasaran menurut W.Y. Stanton adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Pengertian Asuransi

Menurut Undang-Undang No. 2 Tahun 1992

Asuransi atau pertanggungan adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, dengan mana pihak penanggung mengikatkan diri pada tertanggung, dengan menerima premi asuransi untuk memberikan penggantian pada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari satu peristiwa yang tidak pasti, atau untuk memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

Menurut Pasal 246 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD)

Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seseorang penanggung mengikatkan diri pada tertanggung dengan menerima suatu premi, untuk membrikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tak tertentu

Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bersifat non eksperimental. (Sugiono, 2014) menyatakan bahwa penulisan secara kuantitatif ialah suatu

penelitian yang meneliti populasi atau sample tertentu, penentuan sampel yang digunakan dengan cara random, kemudian data dikumpulkan menggunakan instrumen penulisan, dan menganalisis data berupa kuantitatif sehingga dapat melakukan uji hipotesis yang telah ditentukan. Sumber data dalam penulisan ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut (Bungin, 2016) “Data yang diperoleh dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Menurut (Bungin, 2016) yang dimaksud dengan data primer adalah data yang didapatkan langsung dari sumber data pertama di objek penelitian, dan hasilnya didapatkan dari wawancara dengan informan kunci. Sedangkan data sekunder yaitu yang diperoleh dari sumber kedua. Data yang digunakan dapat berupa bacaan literatur yang mempunyai keterkaitan, misalnya situs internet, majalah dan jurnal ilmiah.

Menurut (Koentjaraningrat, 1997), metode wawancara mencakup “Cara yang digunakan jika seseorang bertujuan melakukan tugas penelitian tertentu, memperoleh data lisan responden, cara berkomunikasi bertatap muka dengan responden”. Cara wawancara dalam hal ini dilakukan dengan: penulis akan melakukan wawancara terbuka secara mendalam dengan cara memberikan pertanyaan berkaitan dengan pengaruh mengembangkan asuransi syariah di Medan, sebelum pertanyaan yang ditujukan kepada informan, dipersiapkan instrumen wawancaranya dalam bentuk list pertanyaan, dibantu dengan perlengkapan wawancara seperti tape recorder supaya data wawancara didapatkan secara dan utuh. (Suwandi, 2008) mendefinisikan metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan data dengan tujuan menghasilkan catatan penting dan adanya hubungan masalah penelitian, sampai akhirnya data yang didapat sah dan dapat dipertanggungjawabkan”.

Dokumentasi yang dilaksanakan pada penulisan ini berkaitan dengan perkembangan asuransi syariah di Medan, menelaah informasi dari sumber data seperti jurnal, buku dan akses internet berkaitan dengan asuransi syariah agar adanya solusi maupun gagasan pemikiran untuk memecahkan permasalahan. Analisa data dalam meneliti permasalahan ini menggunakan pendekatan analisis SWOT. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor secara rinci dan sistematis guna merumuskan strategi perusahaan, sehingga diketahui kelemahan, peluang, ancaman maupun kekuatan yang ada. Oleh karena itu, identifikasi penyebab yang ada menggunakan matriks IFE dan EFE terlebih dahulu. Matrik ini akan menggambarkan faktor mana yang paling berpengaruh maupun yang kurang berpengaruh.

III. Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Hasil Kondisi personalia merupakan suatu keadaan yang menjelaskan tata cara kerja ataupun karyawan di sebuah perusahaan sampai kegiatan perusahaanya dapat berjalan dengan lancar, dengan tujuan agar setiap bagian dapat melakukan tanggungjawabnya dengan baik. Demikian juga halnya di Asuransi Sunlife Financial Syariah. Petugas yang ada di Sunlife Financial Syariah Cabang Medan tepatnya di Jalan Kapt. Jumhana No. 28F berjumlah 116 orang, yang ditempatkan pada bagian yang berbeda. Kondisi personalia di Asuransi Sunlife Syariah Cabang Medan berupa posisi kerja serta jumlah karyawan setiap bidangnya. Posisi karyawan pada masing-masing bagian Asuransi Syariah Sunlife Medan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Jumlah Karyawan Asuransi Syariah Sunlife Medan

No.	Posisi Kerja	Jumlah
1	Agency Director	1
2	Admin	1

3	Manager	16
4	Advisor	98
Total		116

Sumber: Sunlife Finance Medan, 2022

Asuransi Sunlife Kota Medan memiliki upaya dalam melakukan pengembangan perusahaannya dari beberapa aspek di antaranya pemasaran, tingkat ekonomi masyarakat, edukasi, dan produk. Dilihat dari aspek produk, Asuransi Syariah Sunlife Medan melaksanakan strategi pengembangan dengan cara melakukan pengadaan di berbagai produk untuk nasabah. Jenis produk itu seperti asuransi jiwa individu dan asuransi jiwa group.

Asuransi kumpulan merupakan asuransi yang menyediakan perlindungan murni atas resiko kematian selama satu tahun dan ini tidak termasuk tabungan, jika peserta hidup hingga masa asuransi peserta berakhir, tidak ada mendapatkan bayaran apapun untuknya. PT. Sunlife Financial di Medan dapat melihat kondisi internal maupun eksternal dalam mengembangkan perusahaan dengan melihat secara internal maupun eksternal perusahaan. Pemerolehan data dari wawancara dengan pimpinan PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan, maka dengan ini dapat diidentifikasi faktor internal dan eksternal dalam mengembangkan Lembaga.

Produk-produk Asuransi Jiwa Syariah di PT. Sun Life Financial Syariah

1. Asuransi *Brilliance* Hasanah Sejahtera Asuransi *Brilliance* Hasanah Sejahtera merupakan produk asuransi jiwa dan investasi dengan pembayaran berkala untuk membantu nasabah memenuhi kebutuhan keuangan di masa depan, seperti biaya pendidikan, modal usaha, ibadah, pernikahan anak, dana hari tua, dan lainnya yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
2. Asuransi *Brilliance* Hasanah Fortune Plus Asuransi *Brilliance* Hasanah Fortune Plus merupakan kombinasi antara asuransi dan investasi berbasis syariah yang memberikan manfaat asuransi jiwa yang dilengkapi dengan manfaat cacat tetap dan kematian akibat kecelakaan. Bukan hanya itu, produk ini juga memberikan peluang hasil investasi yang optimal untuk membantu mencapai masa depan penuh berkah bagi nasabah dan keluarga.
3. Asuransi *Brilliance* Hasanah Maxima Asuransi *Brilliance* Hasanah Maxima merupakan produk asuransi syariah yang menyatukan antara manfaat asuransi dan fasilitas wakaf untuk memaksimalkan potensi kehidupan nasabah dan keluarga, kini dan di masa yang akan datang.
4. Asuransi *Brilliance* Hasanah *Protection Plus* Asuransi *Brilliance* Hasanah *Protection Plus* merupakan produk asuransi unit link kontribusi tunggal yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan perlindungan jiwa dan investasi. Dana nasabah yang terkumpul kemudian dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Asuransi *Brilliance* Hasanah *Protection Plus* juga sebagai solusi investasi syariah untuk nasabah yang menginginkan ketenangan dan keamanan masa depan.
5. Asuransi *Brilliance* Amanah Asuransi *Brilliance* Amanah merupakan kombinasi asuransi dan investasi unit link yang akan diinvestasikan pada obligasi pemerintah, obligasi korporasi, saham, dan pasar uang berbasis syariah yang diperdagangkan di pasar modal Indonesia.

Pembahasan

Ada beberapa keunggulan yang mendukung strategi dalam mengembangkan PT. Sunlife Financial Cabang Kota Medan, di keunggulan tersebut diantaranya: Didasarkan atas prinsip non Riba, pelayanan tidak mengandung riba, gharar dan terhindar dari pelanggaran syariat agama Islam (Muhaimin dan Abdul Mujib, 1993). Pelayanan yang diberikan juga sudah ada dalam jaringan online dan telah memanfaatkan berbagai teknologi informasi berupa jaringan online seperti dalam memberikan informasi kepada publik maupun melakukan pelayanan secara online. PT Sunlife Financial sudah menerapkan full syariah, sudah secara keseluruhan memakai prinsip syariah baik dari segi pelayanan, penawaran produk maupun dalam melakukan strategi pengembangannya.

Brand asuransi syariah sudah termasuk kuat jika dibandingkan dengan perusahaan asuransi syariah yang lain. PT. Sunlife Financial Cabang Medan dalam proses pelayanan cepat sehingga tidak menyulitkan para nasabah, nasabah dimudahkan ketika mengurus polis asuransi saat hendak menjadi nasabah PT. Sunlife Financial Cabang Medan. Tanggap melayani klaim nasabah dengan baik. Karyawan dalam Pelayanan yang diberikan sangat ramah, sopan dan santun. Selain itu, terdapat Dewan Pengawas Syariah yang bertugas secara khusus mengawasi berbagai kegiatan PT. Sunlife Financial Cabang Medan agar tidak melakukan pelanggaran terhadap nilai-nilai keislaman.

Hal ini akan membuat masyarakat semakin yakin dengan prinsip-prinsip pelayanan yang diberikan oleh PT. Sunlife Financial Cabang Medan. PT. Sunlife Financial Cabang Medan juga terdapat kelemahan yang harus diantisipasi (M.Hanafi, 2014), yaitu: Lemahnya Market share Asuransi Syariah di Indonesia. Masih terbatasnya Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, artinya SDM pendukung belum sepenuhnya mengerti bisnis syariah. Adanya penambahan perusahaan asuransi syariah merupakan berita baik dalam perkembangan industri. Namun juga tidak berarti jika tidak diimbangi dengan tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) (Muhammad, 2001). Sekitar 80% dari divisi asuransi syariah di Indonesia belum ada ajun ahli syariah.

Hal ini akan memberikan dampak pada kurangnya perkembangan produk lembaga asuransi berbasis syariah. Sekarang ini, beberapa PT. Sunlife Financial Cabang Medan mencontoh produk asuransi konvensional kemudian dikonversikan ke syariah. Kurangnya sumber daya manusia, dalam hal ini dikarenakan sebagian besar dari sumber daya manusia yang ada merupakan lulusan dari program studi konvensional. Penyebab lain, yaitu masih kurang motivasi untuk mendalami segmentasi pasar dari bagian marketing. Masih kurangnya promosi berbentuk iklan, maksudnya adalah berbagai produk yang disediakan oleh PT. Sunlife Financial Cabang Medan hanya sering dipromosikan menggunakan brosur-brosur yang terkadang didapatkan oleh masyarakat pada saat berkunjung ke kantor. Sedangkan promosi melalui iklan baik melalui TV, Chanell, Radio dan sebagainya sangat kurang dan bahkan tidak ada sama sekali. Penyebab lainnya yaitu masih kurangnya jumlah agen sehingga penetrasi Market masih terbatas.

IV. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bahagian sebelumnya, beberapa kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Potensi yang dimiliki PT. Sunlife Financial Cabang Medan dari segi kekuatan adalah prinsip non Riba, jaringan yang sudah Online, Asuransi Umum yang sudah full syariah, cabang yang sudah tersebar dimana-mana, Brand lebih kuat sebagai asuransi syariah dibanding perusahaan asuransi syariah yang lain, polis cepat selesai dan pelayanan klaim dilayani dengan baik. Sedangkan dari segi peluang adalah mayoritas warga

Medan beragama Islam, perbankan syariah yang tumbuh berkembang, dan kemajuan teknologi (internet).

2. Kendala yang dimiliki PT. Sunlife Financial Cabang Medan dari segi kelemahan adalah market share asuransi syariah di Indonesia yang masih rendah dan SDM yang berkualitas masih terbatas. Sedangkan dari segi ancaman adalah banyaknya persaingan di industri perasuransian, baik dari asuransi syariah maupun asuransi konvensional, lalu kurangnya pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah peraturan permodalan.
3. Setelah mengidentifikasi apa saja faktor internal dan faktor eksternal, serta dianalisis dengan analisis SWOT, maka PT. Sunlife Financial Cabang Medan berada pada kuadran I. Strategi yang dapat diterapkan atau dimanfaatkan oleh PT. Sunlife Financial Cabang Medan merupakan strategi SO. Strategi tersebut adalah mengoptimalkan keluasan jangkauan dengan dukungan kantor cabang dan agen, menambah dan menjaga kerjasama dengan industri perbankan syariah serta peningkatan fleksibilitas dalam mekanisme pengurusan klaim.
4. Selanjutnya Perusahaan sebaiknya menambah tenaga marketing, melihat kondisi pasar. sering melakukan promosi, dan membuat brosur supaya calon nasabah lebih mudah untuk memahami produk tersebut. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Stability Strategy) Strategi ini menunjukkan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omset yang maksimal dan menguntungkan.

V. Daftar Pustaka

- Abdulkadir Muhammad, Pengertian Asuransi, Tujuan Asuransi dan Premi Asuransi, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), h. 56-57.
- Amin, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: PT. Grasindo, 2007. Handayani, Tati. *Manajemen Pemasaran Islam*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Happer W.Boyd, JR.Orville C.Walker, dkk, *Manajemen Pemasaran "Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global"* (Bandung: PT Gelora Aksara Pratama, 2010), h.36
- Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: Mizan, 2017), h. 48-49.
- Jalaluddin, J. (2019). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh Dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah*. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*. <https://doi.org/10.24815/jped.v4i1.10928>
- Koentjaraningrat. (1997). *Metode Penelitian Masyarakat*. Metode Penelitian Masyarakat.
- M.Hanafi, M. (2014). *Risiko, Proses Manajemen Risiko, dan Enterprise Risk Management*. *Management Research Review*.
- Miah Said, Muhammad Yusuf. *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Makassar: CV. Sah Media, 2019.
- Purwanto, Irwan. *Manajemen Strategi*, Bandung : CV Yrama Widya, 2008.
- Ramadhani, H. (2015). *Prospek dan Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia*. *AL-TIJARY*. <https://doi.org/10.21093/at.v1i1.422>
- Suwandi, B. dan. (2008). *Memahami Penulisan Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Syakir Sula Muhammad, *Hukum Asuransi Indonesia*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2004), h.52.
- Syakir Sula, Muhammad. *AAIJ, FIIS, Asuransi Syariah (Life and General): Konsep dan Sistem Operasional*, Jakarta: Gema Insani, 2004.

Wirnya ningsih, N. (2017). *Hukum Islam Dan Pelaksanaannya Di Indonesia*. Jurnal Hukum & Pembangunan. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol31.no4.1295>.