

BAB III

ANALISIS DESKRIPTIF

3.1 Data Umum

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) Didirikan pada tahun 1995. Prudential Indonesia sendiri masuk pada bagian dari Prudential plc. Prudential plc sendiri sudah berpengalaman lebih dari 168 tahun di bidang asuransi jiwa. Pada tahun 2009 majalah Forbes memberikan pernyataan bahwasannya ada 100 perusahaan didunia yang dapat bertahan selama 100 tahun lagi dan Prudential Plc masuk didalam salah satu 100 perusahaan yang dapat bertahan 100tahun mendatang Prudential Plc memiliki niatan untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Prudential Indonesia unit bisnis Syariah didirikan pada tahun 2007 dan dipercaya sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya sampai dengan 31 Desember 2017. Perusahaan Prudential Indonesi berbasisi Syari'ah juga memiliki izin usaha Unit Syariah berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007. Prudential Indonesia memiliki kantor pusat di Jakarta dan kantor pemasaran di Medan, Surabaya, Bandung, Denpasar, Batam dan Semarang. Prudential Indonesia melayani lebih dari 2,8 juta nasabah melalui lebih dari 277.000 tenaga pemasar berlisensi di 408

Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) di seluruh Nusantara termasuk Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Yogyakarta, Batam dan Bali. Semenjak berdirinya asuransi unit syari'ah, Prudential mendapatkan penghargaan seperti "Asuransi Syariah Terbaik 2018, kategori asuransi jiwa syariah aset diatas Rp 1 Milyar"; "*The Best in Contribution Growth Islamic Life Insurance Sharia Unit (Asset kurang lebih 500Bn)*"; "*Pru Link Syariah Rupiah Cash and Bond Fund* sebagai Unit Link Terbaik 2018 Kategori Pasar Uang Periode 3 Tahun"; "Infobank *Digital Brand Award 2019-Ranking 1*"; "Infobank *Better Brand 2019- Better Brand Financial Service*";" Rekor Dunia Muri 2019- Sosialisasi Wakaf Asuransi Peserta Terbanyak"dan lain sebagainya.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Prudential

Menjadi perusahaan nomor satu di Asia, dalam hal

1. Nomor satu dalam pelayanan nasabah

Nasabah adalah kunci penting dalam bisnis ini, oleh karena itu pelayanan terhadap nasabah merupakan hal penting bagi Prudential untuk mencapai tujuan yaitu menjadi perusahaan jasa keuangan nomor satu di Asia

2. Nomor satu dalam memberikan hasil terbaik bagi para pemegang saham

Prudential memiliki komitmen tinggi untuk memberikan hasil yang memuaskan kepada para pemegang saham sehingga mereka akan terus

memberikan dukungan yang lebih baik lagi demi keberhasilan perusahaan dalam perkembangannya.

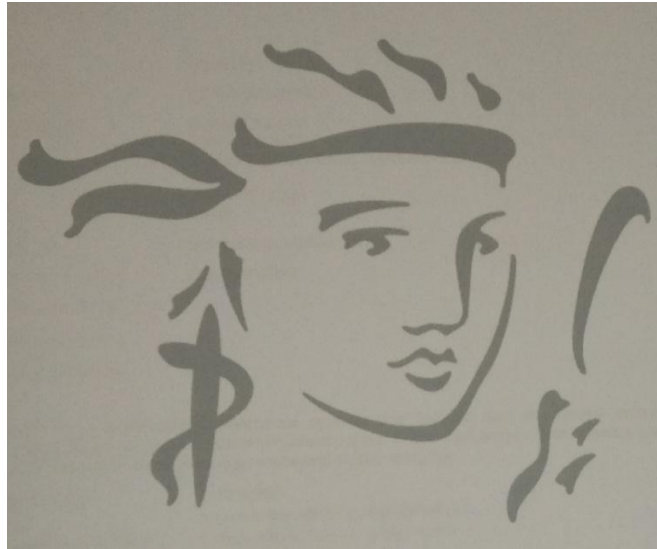
3. Nomor satu dalam hal memperkerjakan orang-orang terbaik

Untuk mendukung keberhasilan tujuan visi misi, Prudential mengembangkan kemampuan sumber daya manusia/SDM, baik agen-agen pemasaran maupun karyawan. Oleh karena itu, Prudential sangat mengutamakan pendidikan, pelatihan, dan pengembangan untuk agen-agen pemasaran dan karyawan sehingga tujuan dan misi perusahaan dapat dicapai dengan hasil terbaik.

Misi PT Prudential:

Dapat menjadi perusahaan jasa keuangan ritel terbaik di Indonesia, memaksimalkan harapan nasabah, agen pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan terbaik, produk berkualitas, serta tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.

3.1.3 Logo Perusahaan



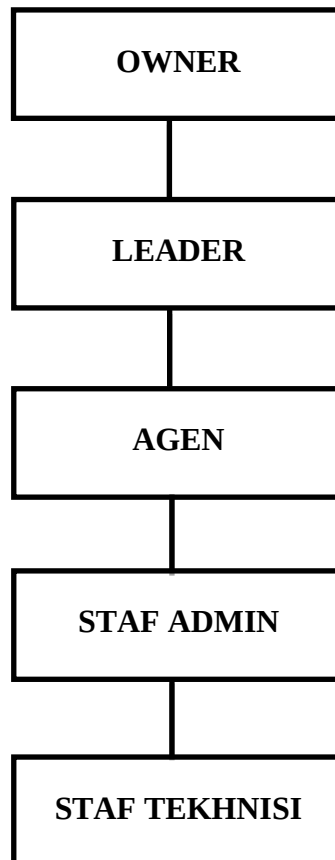
Gambar 3.1 Logo Prudential

Filosofi Logo Prudential

Simbol utama Prudential dan asal mula nama perusahaan diambil dari figur “Dewi Prudence”. Sejak dibentuk pada tahun 1848, dewi prudence telah memberikan keterhubungan visual yang kuat dengan merek Prudential. Figur ini melambangkan perilaku yang bijaksana. Dewi Prudence selalu ditampilkan dengan anak panah, ular, dan cermin, dimana ketigahal tersebut memiliki arti, sebagai berikut:

1. **Anakpanah**, melambangkan kemampuan seseorang pemanah yang jitu dan penuh perhitungan.
2. **Ular**, melambangkan dari kearifan.
3. **Cermin**, melambangkan kemampuan seseorang untuk melihat dirinya apa adanya.

3.1.4 Struktur Organisasi pada *Light Agency Prudential Syari'ah* Yogyakarta.



Gambar 3.2 Struktur Organisasi pada *Light Agency Prudential Syari'ah* Yogyakarta

3.2 Data Khusus

3.2.1 Produk Asuransi Prudential

Ada beberapa produk yang dijual Prudential, antara lain,:

1. Investasi (polis dasar), meliputi:
 - a. *PRUlink syari'ah generasi baru (PSGB)*
 - b. *PRUlink syari'ah Assurance Account (PAA)*
2. Kesehatan
 1. *PRUpremier healthcare plus syari'ah (PPH plus)*
 2. *PRUhospital & surgical cover syari'ah (HS)*
3. Perlindungan kondisi kritis
 - a. *PRUcrisis benefit plus 61 (CCB61)*
 - b. *PRUpayor syariah 33/ PRUspousepayor syariah 33/*
PRUparentpayor syariah 33
 - c. *PRUjuvenile Crisis Cover Syari'ah*
4. Proteksi
 - a. *PRUpersonal accident death & disablement plus syari'ah*
5. Pendidikan
 - a. *PRUlink Syari'ah Edu Protection*

Di bawah ini akan dijelaskan mengenai produk-produk pada Prudential:

A. Investasi (polis dasar), meliputi:

produk investasi untuk nasabah yang merencanakan alokasi dana untuk investasi, dimana dapat memberikan fleksibilitas keuangan sehingga dapat memenuhi kebutuhan di dalam seluruh tahap kehidupan.

Lalu mendapatkan keuntungan investasi, dimana keuntungan tersebut dapat digunakan untuk persiapan hari tua maupun sebagai warisan.

1. *PRUlink syari'ah* generasi baru(PSGB)

PRUlink syari'ah generasi baru(PSGB) Adalah produk asuransi jiwa terkait investasi (unit link) dengan prinsip syariah yang memberikan perlindungan berupa santunan asuransi apabila nasabah meninggal dunia hingga usia 99 tahun dan dikaitkan dengan investasi.

Keistimewaan *PRUlink syari'ah* generasi baru(PSGB), yaitu:

- a. Tambahan Alokasi Investasi yang dibayarkan sejak polis aktif sebesar 5% dari Kontribusi Berkala untuk 10 tahun pertama, dan 10% untuk tahun polis selanjutnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk *PRUbooster* investasi.
- b. Untuk Polis dengan Santunan Asuransi atas Asuransi Dasar minimum Rp 200 juta akan mendapatkan tambahan 100% santunan asuransi atas asuransi dasar *PRUlink* syariah generasi baru apabila nasabah meninggal dunia akibat kecelakaan sebelum berusia 70 tahun.
- c. Santunan asuransi atas asuransi dasar akan tetap dibayarkan apabila nasabah hidup sampai dengan usia 99 tahun.
- d. *Surplus Underwriting*, dana yang akan diberikan kepada pemegang polis bila terdapat kelebihan dana dari rekening *Tabarru'*.

2. PRUlink syari'ah Assurance Account (PSAA)

PRUlink syari'ah Assurance Account (PSAA) adalah produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi yang memberikan perlindungan sekaligus potensi dan mendapat hasil investasi yang sesuai dengan kebutuhan dan pilihan dana investasi nasabah memenuhi kebutuhan dalam setiap tahapan kehidupan nasabah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Keistimewaaan PRUlink syari'ah Assurance Account (PSAA)

- a. Dapat menambahkan nilai santunan asuransi (*Sum Assured*) setiap saat.
- b. Dapat melakukan penambahan kontribusi (*Top-up*) setiap saat.
- c. Dapat menentukan sendiri besarnya komposisi dari nilai proteksi dan nilai investasi. Komposisi minimal nilai proteksi 30% dan maksimal nilai investasi 70%.
- d. Pilihan manfaat asuransi tambahan (*Riders*) yang beragam.
- e. *Surplus Underwriting*, dana yang akan diberikan kepada Pemegang Polis bila terdapat kelebihan dana dari rekening *Tabarru'*.

B. Kesehatan

1. PRUpremier healthcare plus syari'ah (PPH plus)

PRUpremier healthcare plus syari'ah (PPH plus) adalah memberikan perlindungan kesehatan lengkap tidak hanya di Indonesia, tapi juga hingga di seluruh dunia sesuai standar pelayanan sesuai tabel manfaat dan plan asuransi PRUpremier healthcare plus syari'ah (**lampiran 1**)

Keistimewaan PRUpremier healthcare plus syari'ah (PPH plus), yaitu:

- a. bebas dalam menentukan wilayah asuransi, pilihan kamar, dan batas harga kamar dengan memaksimalkan manfaat kamar menggunakan harga mana yang lebih tinggi antara pilihan kamar dan batas harga kamar.
- b. Fleksibil dalam menentukan masa perlindungan asuransi tambahan sampai nasabah berusia 55, 65, 75, 85, atau 99 tahun.
- c. Manfaat rawat jalan penyakit kanker dan cuci darah dibayarkan sesuai tagihan.
- d. Perawatan rawat jalan sebelum dan sesudah tindakan bedah tanpa rawat inap.
- e. Kunjungan dokter per hari lebih banyak, dengan 2x kunjungan dokter per hari serta 2x kunjungan dokter spesialis (serta subspesialis) per jenis spesialisasi per hari.

2. PRUhospital & surgical cover syari'ah (HS)

Produk ini merupakan asuransi tambahan (*Riders*) yang memberikan manfaat penggantian biaya rawat inap, *Intensive Care Unit* (ICU), dan pembedahan sesuai dengan *plan* yang diambil, selama nasabah menjalani perawatan di rumah sakit/klinik. Sesuai tabel manfaat PRUhospital & surgical cover syari'ah (HS) (lampiran 2)

C. Perlindungan kondisi kritis

1. PRUcrisis benefit plus 61 (CCB61)

PRUcrisis benefit plus 61 (CCB61) merupakan produk asuransi tambahan yang memberikan perlindungan lengkap atas 61 penyakit kritis stadium akhir dan tidak akan mengurangi santunan asuransi dasar saat dibayarkan. Besar kecilnya santunan tergantung keterangan kondisi kritis diagnosa dari analisa dari dokter serta penelusuran dari Prudential. Untuk asuransi tambahan ini harus melewati masa tunggu pembayaran selama 5 (lima) kali atau lima bulan pembayaran. Keterangan kondisi kritis yang ditanggung Prudential.(lampiran3)

2. PRUpayor syariah 33/ PRUsponsepayor syariah 33/

PRUparentpayor syariah 33

Prudential akan meneruskan pembayaran seluruh Kontribusi, yaitu kontribusi berkala dan kontribusi *top-up* berkala jika peserta utama/peserta tambahan (suami/istri atau ayah/ibu dari nasabah) menderita salah satu dari 33 kondisi kritis atau mengalami cacat total dan tetap sebelum berusia 60 tahun (bagi peserta tambahan untuk ayah/ibu nasabah) dan sebelum 70 tahun (bagi peserta tambahan untuk suami/istri Peserta) atau meninggal dunia sampai berakhirnya masa pertanggungan yang dipilih. Untuk asuransi tambahan ini harus melewati masa tunggu pembayaran selama 12 kali pembayaran atau satu tahun.

3. PRUjuvenile Crisis Cover Syari'ah

PRUjuvenile crisis cover syariah, produk asuransi tambahan yang dapat mengurangi beban finansial orang tua ketika anak didiagnosa menderita penyakit kritis dan dihadapkan pada biaya perawatan yang cukup besar. Usia masuk nasabah: 30 hari-15 tahun. Masa pertanggungan sampai anak umur 18 tahun.

Keistimewaan **PRUjuvenile crisis cover syariah**, yaitu:

- a. Produk asuransi pertama di Indonesia yang menyediakan perlindungan penyakit kritis khusus untuk anak-anak.
- b. Perlindungan terhadap 32 jenis penyakit kritis.

D. Proteksi

Produk proteksi merupakan produk yang bertujuan untuk rencana perlindungan nasabah dari ketidak pastian.

1. PRU*personal accident death & disablement plus syari'ah*

Produk manfaat tambahan, apabila nasabah meninggal dunia karena kecelakaan (syarat Upah pertanggungan dikali 2x, dan minimum Upah pertanggungan Rp200.000.000), cacat total dan tetap karena kecelakaan, patah tulang kompleks karena kecelakaan, luka bakar karena kecelakaan, dan penggantian biaya rawat jalan darurat karena kecelakaan. Uang pertanggungan akan turun sesuai dengan tabel manfaat asuransi tambahan PRU*personal accident death & disablement plus syari'ah*. **(lampiran 4)**

E. Pendidikan

Produk yang diciptakan untuk kesiapan orang tua untuk anak dalam hal pendidikan. Prudential menciptakan produk ini terkait dengan investasi yang memeberikan santunan dana setiap bulan apabila terjadi resiko, dan melindungi pendidikan di masa depan.

1. PRU*link syari'ah edu protection*

PRU*link syari'ah edu protection* merupakan produk asuransi, saat pembayaran premi memberi manfaat perlindungan dan manfaat investasi dalam bentuk nilai tunai.

Keistimewaan *PRUlink syari'ah edu protection*, yaitu:

- a. Memberikan 2 manfaat perlindungan untuk orang tua dan anak sekaligus dalam satu polis.
- b. Memberikan manfaat bulanan sampai anak berumur 18 atau 25 tahun*;
- c. Mengimbangi dampak inflasi karena 3 tahun sekali, karena manfaat bulanan akan naik sebesar 15%dari nilai manfaat bulanan awal;
- d. Dana investasi akan tetap berpotensi untuk berkembang sesuai dengan jenis investasi yang dipilih nasabah karena kami akan melanjutkan pembayaran Kontribusi polis anak sampai berumur 18/25 tahun*;

*) Apabila terjadi risiko Meninggal dunia atau mengalami Kondisi Kritis atau menderita Cacat Total dan Tetap terhadap orang tua sebagai peserta tambahan.

3.2.2 Penerapan Bauran Pemasaran pada Prudential

1) Strategi Produk

Prudential Syari'ah menetapkan produknya menggunakan strategi **Penetrasi pasar** dan **pengembangan jasa**. Strategi penetrasi pasar digunakan saat produk sudah ada dan segmen pasar yang sudah terwujud. Melalui strategi penetrasi pasar, beberapa produk yang masih dipasarkan, meliputi: *PRUlink syari'ah generasi baru* (PGB); *PRUlink syari'ah Assurance Account* (PAA); *PRUpremier healthcare plus*

syari'ah (PPH plus); PRU*hospital & surgical cover syari'ah* (HS); PRU*crisis benefit plus 61* (CCB61); PRU*payor syariah 33*/ PRU*spousepayor syariah 33*/ PRU*parentpayor syariah 33*; PRU*personal accident death & disablement plus syari'ah*.

Prudential selain menerapkan strategi penetrasi pasar, Prudential menerapkan produknya menggunakan strategi **pengembangan jasa** pula. strategi ini digunakan untuk produk baru dan segmen pasar yang sudah ada. Perusahaan membuat produk jasa baru atau mengembangkan produk jasa yang sudah ada, lalu ditawarkan ke pasar. Prudential Syari'ah tidak terpaku pada satu produk saja polis dasar yang tadinya PRU *link syari'ah assurance account* di ganti PRU link Syari'ah generasi baru dimana penerimaan upah pertanggungan diatas 99 tahun dapat cair. Selain itu ada pula pengembangan PRU*premier Healthcare* dikembangkan lagi dengan yang lebih baik PRU*primeHealthcarePlus*. Dimana nasabah ketika menggunakan PPH plus mendapatkan manfaat, yaitu: ketika sudah menentukan plan, semisal biaya kamar yang dipilih Rp500.000 saat ini juga, lalu saat sakit kamar bisa menggunakan sesuai dengan pertama kali mengajukan polis, karena pada produk PPH ini tidak tergerus inflasi dan dapat memilih rumah sakit luar negeri pula, sesuai ketentuan plan.

2) Strategi Harga

Strategi penetapan harga (*Price*) yang digunakan PT Prudential Indonesia menggunakan penawaran *value strategies* pada prinsip *Relationship pricing*, dimana pada proses penciptaan nilai mendorong relasi jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan. Prinsip ini perusahaan lebih memilih mempertahankan pelanggan daripada mencari pelanggan baru. Oleh sebab itu perusahaan harus kreatif dan inovatif memahami kebutuhan, keinginan, selera dan memotivasi konsumen, serta menganalisis tindakan para pesaing potensial dan implikasi bagi profitabilitas.

Strategi penetapan harga menggunakan *Relationship pricing* dapat di implementasikan kedalam bentuk ***Long-term Contracts*** dan ***Price bulding***. ***Long-term Contracts***, pemasar dapat menggunakan kontrak jangka panjang yang memberikan intensif harga dan non-harga kepada pelanggan, agar nasabah mau mengikat diri pada relasi jangka panjang yang saling menguntungkan dan di realisasi dengan adanya buku polis. Dimana didalam buku polis dijelaskan semua kontra-kontra yang disetujui oleh kedua belah pihak dan manfaat-manfaat yang didapat.

Price bulding, merupakan strategi dimana perusahaan menjual dua atau lebih jasa dalam satu paket. Harga paket harus lebih murah daripada harga total apabila membeli produk dengan terpisah. Saat *marketing* berlangsung agen akan menanyakan dan memberikan produk yang di butuhkan oleh calon nasabah melalui pertanyaan. Besarnya

premi yang akan dipaparkan melalui ilustrasi yang akan dibuatkan dua ilustrasi. Besar kecilnya premi disesuaikan dengan keinginan kebutuhan dan besar kecilnya premi dipengaruhi oleh: usia, jenis kelamin (karena perempuan lebih besar resiko terkena penyakit), perokok/bukan perokok, dan macam manfaat yang diinginkan.

3) Strategi tempat

Saluran distribusi pada Prudential Indonesia menggunakan saluran distribusi langsung melalui agen-agen resmi yang ada untuk penjualan langsung ke calon nasabah (*direct marketing*). Untuk nasabah yang akan mencairkan upah pertanggungan atau komplain dapat mendatangi perusahaan Prudential yang dimana setelah resmi menjadi nasabah, agen akan memberi tahu alamat kantor agen tersebut bekerja, karena agen-agen tercatat di perusahaan prudential yang berbeda. Prudential Syari'ah alamat di Yogyakarta berada di Ruko Sumber Baru Square Kav.V JL. Ringroad Utara, JL.Jombor Lor, Mlati Krajan, Sendangadi, Kec. Mlati, Kab. Sleman. Alternatif lain nasabah dapat klaim dan komplain melalui agen yang bersangkutan. Selain itu, Prudential dalam era globalisasi ini telah menerapkan saluran ini melalui web site resmi Prudential yaitu www.prudential.co.id . Melalui web site tersebut seluruh masyarakat dapat mengakses dan dapat mencari tahu mengenai Prudential melalui link tersebut.

4) Strategi promosi

Promosi yang dilakukan oleh Prudential Indonesia melalui penjualan perseorangan (*Personal Selling*), Promosi penjualan (*sales promotion*), Hubungan Masyarakat (humas atau *public relation- PR*), Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth-WoM*) dan Pemasaran langsung (*direct marketing*). Untuk penerapan penjualan perseorangan (*Personal Selling*) pada Prudential yaitu dengan datang kerumah calon nasabah yang potensial. Melalui *personal selling* ini agen dapat langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan kriteria calon nasabah. Melalui *personal selling* ini pula agen dapat mengetahui secara langsung reaksi calon nasabah terhadap jasa yang ditawarkan.

Untuk penerapan promosi penjualan (*sales promotion*) pada Prudential seluruh kegiatan digunakan untuk meningkatkan arus penjualan jasa dari agen sampai ke nasabah. Promosi penjualan dapat diberikan kepada: nasabah atau pun agen. Nasabah akan diberikan *cashback* pada bulan-bulan tertentu yang dimana intruksi dari pusat, ketika pembayaran ke empat nasabah akan diberikan *cashback* dua kali pembayaran dan dikirim langsung melalui rekening nasabah pada pembayaran polis ke empat. Agen akan diberikan voucher sebesar Rp10.000 apabila mendapatkan *closing* nasabah.

Untuk penerapan Hubungan Masyarakat (humas atau *public relation- PR*) pada Prudential diimplementasikan melalui mengadakan pertemuan kepada calon nasabah maupun nasabah, pertemuan ini atau

biasa disebut *getring* bertujuan agar nasabah mantap menggunakan produk Prudential dan yakin akan keberadaan Prudential. Melalui hubungan masyarakat ini pula dapat menunjukkan testimoni-testimoni dari keberhasilan Prudential yang mendatangkannya langsung nasabah yang merasakan langsung manfaat yang didapat, semisal premi dibayarkan sampai umur 65 tahun oleh Prudential. Selain itu, Prudential juga mensponsori sebuah acara pula.

Untuk penerapan Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), nasabah memberikan testimoni kepada calon nasabah sehingga calon nasabah tertarik dengan produk perusahaan itu. Selain itu, ada pula agen lain yang memprospek nasabah dari agen lain, akhirnya nasabah meminta penambahan manfaat.

Untuk penerapan Pemasaran langsung (*direct marketing*) pada Prudential menggunakan saluran pemasaran langsung melalui agen-agen resmi yang ada untuk penjualan langsung ke calon nasabah (*direct marketing*). Saluran *marketing* yang digunakan Prudential Indonesia oleh *direct marketing* melalui *Face-to-Face Selling*. *Face-to-Face Selling*, merupakan bentuk tertua dari *directmarketing*, dimana agen-agen milik Prudential mendatangi konsumen yang menurut agen tersebut calon nasabah potensial. Dari *Face-to-Face Selling* ini agen dapat mengetahui data base konsumen, meliputi: dapat mengidentifikasi prospek; dapat mengetahui ketertarikan calon nasabah terhadap jasa

yang ditawarkan; dapat memberikan penawaran khusus apabila sangat berpotensi.

5) Strategi orang/SDM

Penerapan strategi *people* pada Prudential dengan mengadakan seleksi calon karyawan, pelatihan dan pengembangan karyawan, dan komisi. Pada penerapan seleksi calon karyawan perusahaan mengadakan ujian Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dimana seseorang apabila akan menjadi agen Prudential harus melewati tahapan ini. Cara mendapatkan agen baru dengan cara memancing para *leader* apabila mendapatkan dua atau tiga agen baru akan mendapatkan bonus. Saat ujian AAJI ini untuk pertama ujian yang membayar adalah *leader*, namun apabila calon agen ini gagal ujian seterusnya dibayarkan sendiri sebesar Rp 150.000.

Untuk penerapan pelatihan dan pengembangan karyawan Prudential mengadakan seminar di kantor cabang setiap hari senin yang bertujuan untuk pengetahuan produk (*product knowledge*), dan pengembangan *softskill* karyawan. Selain itu mengadakan *gathering* setiap satu bulan sekali dimana dikumpulkannya seluruh agen di Yogyakarta guna *training*. Lalu, mengadakan kegiatan yang berbau islamiah, semisal mengadakan kegiatan saat bulan Ramadhan dengan mengadakan halalbihala dengan mengundang anak yatim piatu dan memberikan bingkisan.

Komisi yang diterapkan oleh Prudential, komisi diberikan bagi agen yang dapat *closing*. Komisi merupakan satu-satunya sumber pendapatan agen, apabila agen mendapat *closing* satu nasabah mereka akan mendapat komisi sebesar 30% dari premi yang dibayarkan nasabah komisi selama dua tahun, lebih dua tahun mendapat 5% dari premi yang dibayarkan nasabah sampai rencana pembayaran di polis. Lalu, Apabila dalam setiap bulan ada agen yang produksipaling banyak setiap bulan, maka foto agen akan dipajang pada bulan paling besar.



Gambar 3.3 Papan Penerapan TopProducers



Gambar 3.4 Acara Gethering

6) Strategi proses

Dalam penerapan strategi proses ini Prudential menggunakan proses kompleksitas dalam hal pemasaran atau biasa disebut “prospek” yaitu:

- a. **Canvassing**, dimana agen mengedukasi tentang produk asuransi Prudential. Lalu di akhir agen meminta data calon nasabah berupa: nama lengkap; tempat tanggal lahir; pekerjaan; perokok/ tidak perokok, data base tersebut akan digunakan untuk membuat ilustrasi.
- b. **PullUp**, dimana agen mendatangi kembali dengan membawa ilustrasi, saat itu juga atau sewaktu-waktu calon nasabah akan membuat keputusan. Apabila calon nasabah menolak agen akan memberikan solusi, jika alasan karena mahal biasanya agen memberikan solusi berupa menabung disetiap harinya. Namun apabila tidak *closing* maka tahapan hanya sampai disini.

- c. **Closing**, Apabila calon nasabah tersebut setuju (terjadi *closing*), maka agen meminta data base nasabah guna mengisi SPAJ (Surat Pengajuan Asuransi Jiwa) Syari'ah dengan meminta foto KTP, buku rekening (apabila akan bertransaksi menggunakan kartu kredit atau debit dan apabila ada *cash back*), dan e-mail nasabah.

Setelah agen mengalami *closing*, lalu agen meminta syarat-syarat pembukaan polis asuransi:

- a. Biodata calon nasabah
- b. Pembuatan ilustrasi
- c. Pengisian SPAJ pada aplikasi PRU*force*
- d. Proses *underwriting*
- e. Pemberian buku polis

Berikut penjelasan dari syarat-syarat diatas

- a. Biodata Calon Nasabah

Saat pembuatan polis agen meminta biodata calon nasabah via *whatsapp* berupa foto ktp, foto rekening tabungan (apabila pembayaran melalui rekening tabungan), dan alamat *e-mail* (karena saat ini isi perjanjian polis pindah di PRU*access* Indonesia). Biodata tersebut dibutuhkan agen untuk mendapatkan informasi mengenai nama, usia, dan jenis kelamin. Kegunaannya biodata ini untuk menghitung ilustrasi sesuai dengan manfaat yang dibutuhkan nasabah.

b. Pembuatan ilustrasi

Ketika agen telahmen dapatkan biodata nasabah, agen mimnta ke staf admin untuk membuatkan dua ilustrasi, sehingga nasabah dapat memilih premi dan manfaat mana yang akan diinginkan. Untuk ilustrasi ini bukan sebuah kontrak asuransi, namun gambaran akan apabila memilih besaran premi, manfaat apa saja yang didapat. Untuk isian ilustrasi berisikan manfaat asuransi; kontribusi bulanan; manfaat; ringkasan manfaat; ilustrasi manfaat nilai tunai. Dapat dilihat pada **(lampiran 5)**

c. Pengisian SPAJ (Surat Permintaan Asuransi Jiwa)

Untuk pengisian SPAJ dilakukan oleh agen melalui *PRUforce*. Setelah sudah diisi lalu agen akan mendapatkan SPAJ yang sudah diprint staf. Lalu bertanggung dimintai tanda tangan di SPAJ (Surat Permintaan Asuransi Jiwa) tujuannya sebagai surat bahwa bertanggung menyetujui untuk ikut asuransi jiwa asuransu Prudential.

d. Menunggu Proses Underwriting

Prudential pusat akan menyeleksi resiko untuk mengetahui tingkat resiko yang dialami nasabah. Hal ini digunakan untuk menentuka jumlah premi yang harus dibayarkan dan menentukan apakah calon nasabah diterima atu ditolak Prudential.

e. Pemberian buku polis

Nasabah akan didatangi oleh agen apabila disetujui oleh perusahaan dan buku polis sudah terbit beserta kartu (**Lampiran 6**). Dan agen akan memberikan buku polis kepada nasabah. Untuk bulan berikutnya dapat membayar premi sesuai tanggal mulai berlakunya polis (terdapat dibuku polis) dan agen berpesan untuk menyimpan buku polis dengan baik-baik.

f. Pembayaran premi

Nasabah dapat membayar premi sesuai kesepakatan, bisa melalui debit rekening atau melalui pembayaran tunai di pos, pengadaian, dan, indomaret, nasabah dapat langsung bertransaksi dengan petugas ditempat. apabila nasabah merasa kewalahan dalam pembayaran, agen siap sedia menuju rumah nasabah untuk mengambil uang pembayaran premi tanpa biasa administrasi. membantu dengan sepenuh hati calon nasabahnya.

7) Strategi lingkungan fisik

Penerapan strategi *physical evidence* di Prudential yaitu dalam hal **fasilitas eksterior** menerapkan bagian depan didesai dengan adanya tulisan Prudential dan cat merah agar nasabah mudah mengenalnya dan untuk akses perusahaan mudah ditemukan karena berada di pinggir jalan raya. Penerapan **Interior umum**, misalkan: Adanya pencahayaan yang cukup terang dan tidak menyilaukan dan lingkungan yang bersih dan rapi; ruang tunggu di Prudential cukup nyaman dan ber-AC; tembok terdapat

tempat parkir yang luas; untuk cat tembok dipilih yang tidak gelap misalkan putih semu biru yang ada di Prudential. Untuk **tata letak layout** menyediakan kursi dan meja untuk *customer service* dan kusri besar yang nyaman untuk nasabah. Namun untuk sinyal-sinyal kearah kamar mandi atau mushola belum ada. Untuk tampilan karyawan sendiri dituntut untuk berpakaian rapi dan profesional.



Gambar 3.5 Prudential Tampak Depan



Gambar 3.6 Ruang Tunggu Nasabah pada Amazing Team

3.2.3 Hambatan dan Solusi pada Prudential

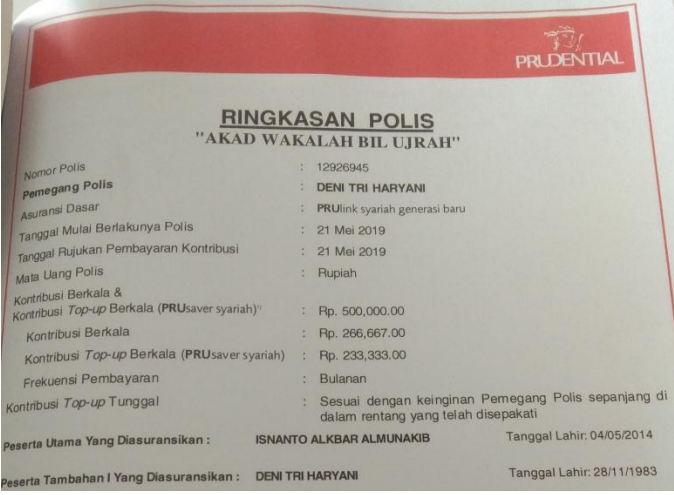
Hambatan yang dialami perusahaan Prudential

1. Produk

Terdapat kesalahan pada kartu prudential seorang nasabah, dimana penamaan nasabah salah seharusnya adalah Isnanto Akbar Almanakib. Solusinya, sebaiknya sebelum memeberikan buku polis agen mengecek terlebih dahulu buku polis, apakah nama tertanggung dan pemegang polis sudah benar. Apa bila nama salah maka akan menimbulkan masalah kedepannya.



Gambar 3.7 Kesalahan Nama pada Kartu Nasabah



RINGKASAN POLIS	
"AKAD WAKALAH BIL UJRAH"	
Nomor Polis	: 12926945
Pemegang Polis	: DENI TRI HARYANI
Asuransi Dasar	: PRUlink syariah generasi baru
Tanggal Mulai Bertakunya Polis	: 21 Mei 2019
Tanggal Rujukan Pembayaran Kontribusi	: 21 Mei 2019
Mata Uang Polis	: Rupiah
Kontribusi Berkala & Kontribusi Top-up Berkala (PRUsaver syariah) ¹⁾	: Rp. 500,000.00
Kontribusi Berkala	: Rp. 266,667.00
Kontribusi Top-up Berkala (PRUsaver syariah)	: Rp. 233,333.00
Frekuensi Pembayaran	: Bulanan
Kontribusi Top-up Tunggal	: Sesuai dengan keinginan Pemegang Polis sepanjang di dalam rentang yang telah disepakati
Peserta Utama Yang Diasuransikan :	ISNANTO ALKBAR ALMUNAKIB
	Tanggal Lahir: 04/05/2014
Peserta Tambahan I Yang Diasuransikan :	DENI TRI HARYANI
	Tanggal Lahir: 28/11/1983

Gambar 3.8 Kesalahan Nama Nasabah pada Buku Polis

2. Orang/ SDM

Saat calon agen akan ujian AAJI, calon agen kesulitan mengerjakan soal AAJI. Solusi, sebaiknya *leader* agen memberikan materi yang dapat di akses melalui website http://sertifikasi-asuransi.aaji.or.id/materi_pembelajaran/. Sata memasuki alamat tersebut calon agen akan dimintai nama perusahaan dan kode agen, lalu memilih syariah. Maka akan muncul materi.