

## Performance Analysis of Agents in Offering Pru Cinta Insurance Products at PT Prudential Binjai Branch

### Analisis Kinerja Para Agen Dalam Menawarkan Produk Asuransi Pru Cinta Di PT Prudential Cabang Binjai

Indah Ussania <sup>1)</sup>; Tri Inda Fadhila Rahma <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: <sup>1)</sup> [Indahussania18@gmail.com](mailto:Indahussania18@gmail.com); <sup>1)</sup> [triindafadhila@uinsu.ac.id](mailto:triindafadhila@uinsu.ac.id)

#### How to Cite :

Ussania, I., Rahma, T. I. F. (2022). *Performance Analysis of Agents in Offering Pru Cinta Insurance Products at PT Prudential Binjai Branch*. JURNAL EMBA REVIEW, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emba.v2i1>

#### ARTICLE HISTORY

Received [10 April 2022]

Revised [20 April 2022]

Accepted [24 April 2022]

#### KEYWORDS

Performance, Pru Love, Agent, Offer

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Asuransi merupakan perjanjian kedua belah pihak dimana sebagian besar masyarakat di Indonesia telah membuat perjanjian atau polis asuransi dengan perusahaan asuransi, baik negara ataupun milik swasta. Namun masih banyak kesadaran masyarakat Indonesia tentang asuransi terbilang masih rendah, karena kurang pemahamannya masyarakat Indonesia berkaitan dengan asuransi yang dianggap hanya membuang - buang uang dan tidak ada fungsinya. Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dalam teknik pengumpulan datanya menggunakan literature review dan wawancara dengan beberapa klien atau nasabah pada PT Prudential Cabang Binjai. Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana kinerja agen menjual produk PruCinta PT Prudential kepada nasabah.

#### ABSTRACT

*Insurance is a two-party arrangement in which the majority of Indonesians have signed insurance agreements or policies with state and commercial insurance organizations. It's a waste of money and serves no use. It may be inferred that the goal of this study is to use qualitative data collection approaches such as literature reviews and interviews with a variety of consumers or customers at the PT Prudential Branch Binjai. The findings of this study show how agents marketing PruCinta PT Prudential products to customers perform..*

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang semakin canggih di era globalisasi merupakan salah satu dampak dari pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Banyak perusahaan berlomba-lomba menjual produknya agar dapat bertahan, sejahtera dan terus berkembang pesat. Semua perusahaan harus selalu dapat beradaptasi dengan perkembangannya saat ini. Peningkatan kesadaran dan kesejahteraan masyarakat dibandingkan sebelumnya perlu mendukung konsumsi jasa untuk membantu meningkatkan taraf hidup. Kemudian, jaminan kepuasan dan kenyamanan hidup semakin dibutuhkan untuk pertahanan diri. Untuk memenuhi tuntutan pasar dan kebutuhan masyarakat sektor jasa, setiap perusahaan perlu meningkatkan kualitas talentanya untuk menjalankan bisnisnya.

Pengembangan sumber daya manusia memegang peranan penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan terus berkembang. Sumber daya manusia di sini adalah manusia. Orang yang bekerja pada suatu lembaga, organisasi, atau perusahaan juga biasa disebut sebagai pegawai, pegawai toko, atau agen. Agen adalah orang perseorangan atau badan hukum yang ditunjuk oleh

perusahaan untuk mengakuisisi bisnis, konsumen, atau pelanggan baru dan memberikan layanan yang konsisten dan lengkap untuk bisnis yang diterima. tanggung jawab. Keberhasilan dalam pengembangan dan pemasaran produk kami adalah hasil dari kinerja agen yang berkualitas dalam berurusan dengan konsumen atau pelanggan.

Peningkatan kinerja agen perlu lebih difasilitasi melalui pelatihan dan pembinaan. Menyediakan ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang sangat penting bagi modal agen untuk menjalankan misi mereka. Oleh karena itu, peningkatan kinerja agen harus dilakukan secara berkala. Terus memotivasi agen untuk bekerja secara efektif dan efisien. Mengenali kinerja agen yang loyal terhadap pekerjaannya, antusias terhadap pekerjaannya, dan mematuhi peraturan yang berlaku sangat penting untuk mencapai tujuan perusahaan.

Asuransi Jiwa Syariah PRUCinta adalah produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap risiko meninggal dunia dan risiko meninggal dunia karena kecelakaan. Dan bukan itu saja produk ini juga memberikan perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan dan manfaat jatuh tempo dalam bentuk nilai tunai dari dana nilai tunai di akhir masa kepesertaan.

Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta persaingan dalam dunia usaha ini akan menjadi ketat. Penanggung menentukan bauran pemasaran saat meluncurkan dan memasarkan produknya untuk menarik konsumen dan pelanggan. Menerapkan strategi bauran pemasaran mencakup empat P : produk, harga, promosi, dan lokasi. Agen berkinerja sangat baik dalam memasarkan produk ini perlu untuk meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Perusahaan asuransi ini menggunakan kekuatan keagenan untuk menjual, mempromosikan, memperkenalkan dan mengirimkan produk kepada pelanggan, konsumen atau pelanggan saat melakukan kegiatan pemasaran. Media yang digunakan untuk mempermudah pekerjaan agen adalah pamflet, paket penjualan, dan media promosi lainnya.

Selain itu, pemasaran agen yang mereka lakukan harus efektif dan efisien. Melalui pemasaran, perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan produk yang diproduksi, baik dari segi kualitas, manfaat, harga, merek, dan informasi lainnya. Promosi juga dapat membantu dengan bauran pemasaran untuk membujuk, mengundang, mempengaruhi, dan membujuk konsumen dan pelanggan pada saat yang bersamaan. Di sini, kinerja agen berperan penting dalam mempromosikan produk asuransi Prudential di perusahaan PT Prudential cabang Binjai. Oleh karena itu, agen berada di garis depan perusahaan dalam mencari pelanggan, konsumen, atau pelanggan setia.

## LANDASAN TEORI

### Asuransi

Asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian ,dengan mana seorang penanggung mengikatkan diri kepada seorang tertanggung,dengan menerima suatu premi untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian,kerusakan atau kehilangan keuntungan yang di harapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tentu. Asuransi adalah rencana sosial untuk kompensasi jika terjadi kecelakaan, dan pendanaannya berasal dari akumulasi sumbangan dari peserta. (D.S. Hansel dalam buku Penuntun Keagenan Asuransi Jiwa). Asuransi pada umumnya adalah suatu metode penghimpunan dana dari masyarakat (pemegang polis asuransi) dalam bentuk premi, dan sebagai imbalannya setiap peserta berhak untuk membayar sejumlah tertentu jika terjadi peristiwa atau bencana tertentu.

Asuransi syariah adalah perjanjian antara dua belah pihak yaitu antara tertanggung dan penanggung, di mana pihak tertanggung membayarkan sejumlah premi kepada pihak penanggung sebagai pengalihan resiko jika terjadi peristiwa yang merugikan pihak tertanggung, adapun premi

yang dibayarkan akan di masukkan pada dana tabarru' yaitu dana tolong-menolong antara semua peserta serta dana tabungan yang nantinya akan diinvestasikan oleh pihak penanggung melalui investasi yang sesuai syariah. Kemajuan dalam perkembangan industri syariah masih kalah jauh dibandingkan dengan industri konvensional, itu dikarenakan kurang minat masyarakat terhadap produk-produk jasa asuransi syariah. Rendahnya pengetahuan dan minat masyarakat terhadap penggunaan produk asuransi syariah disebabkan karena kurangnya pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi syariah dan mekanismenya. Maka dari itu para agen harus bisa mempunyai trik atau menawarkan produk produk asuransi syariah dengan baik agar masyarakat dapat bisa menilai bahwa produk asuransi syariah tersebut ternyata bagus tidak seperti yang mereka bayangkan.

Asuransi jiwa pada dasarnya adalah risiko bahwa tertanggung akan meneruskan kerugian finansial kepada perusahaan asuransi. Risiko yang dilimpahkan kepada perusahaan asuransi bukanlah risiko kehilangan nyawa, melainkan kerugian finansial berupa kehilangan jiwa yang tidak produktif lagi. Asuransi Jiwa Syariah merupakan upaya kolaboratif bagi peserta (Shohibul Mall) untuk saling membantu dalam menghadapi bencana (risiko) yang dikelola oleh masyarakat sebagai pengelola dana (Mudarib).

## Kinerja

Hasibuan (2007:105) menyatakan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepadanya. Kinerja pegawai dapat diartikan sebagai melakukan suatu tugas yang menuntut pegawai untuk konsisten dengan program kerja organisasinya di tempat kerja guna menunjukkan tingkat kinerja organisasi dalam mencapai visi, misi, dan tujuan organisasi. Kinerja karyawan pada dasarnya adalah hasil kerja seorang karyawan selama periode waktu tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan seperti kriteria, tujuan, target ,kinerja, dan sebagainya yang telah ditetapkan sebelumnya dan disepakati bersama.

## Agen

Mengenai Agen Asuransi ini, pada Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 28 dalam Undang-undang Nomor 40 Tahun 2014 tentang perasuransian disebutkan bahwasanya Agen Asuransi adalah orang yang bekerja sendiri atau bekerja pada badan usaha, yang bertindak untuk dan atas nama Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah dan memenuhi persyaratan untuk mewakili Perusahaan Asuransi atau Perusahaan Asuransi Syariah memasarkan produk asuransi atau produk asuransi syariah.

Keberadaan keagenan sangat penting bagi perusahaan asuransi yang menggunakan sistem keagenan dalam memilih saluran distribusi dan harus diperhatikan secara tepat dan akurat. Oleh karena itu, perusahaan asuransi memposisikan agen sebagai aset yang sangat berharga. Perusahaan terlebih dahulu memberikan pelatihan dan pendidikan kepada setiap agen sebelum perusahaan melepaskan agen untuk memenuhi kewajibannya sebagai agen.

Pendidikan dan pelatihan yang dimaksud meliputi beberapa hal, seperti company profile knowledge, product knowledge, teori pemasaran, Aqidah dan peningkatan moral. Setelah edukasi, masing-masing agen akan dilatih dalam fase penjualan dengan berinteraksi langsung dengan calon nasabah atau biasa disebut prospek. Adapun tahapannya meliputi:

1. Temukan prospek, calon peserta atau nasabah.
2. Pendekatan adalah proses yang dilakukan oleh masing-masing agen untuk mendekati diri dengan calon pelanggan yang dituju.

3. Pencarian fakta, Setelah agen mulai membangun hubungan dengan pelanggan sasaran, agen perlu mengetahui lebih banyak tentang kenyataan yang terjadi pada calon nasabah.
4. Presentasi produk merupakan gambaran dari produk asuransi yang ditawarkan.
5. Closing , pada fase ini pelanggan telah mengisi formulir permintaan dan menyatakan membeli produk yang ditawarkan. Fase ini merupakan awal dari penyampaian penjualan secara formal kepada pelanggan.
6. Layanan purna jual, Setelah mengisi formulir pertanyaan, setiap agen akan memberikan layanan purna jual. Agen harus bisa dengan bijak menjadi penasihat keuangan dan penasihat keluarga klien.

### Menawarkan atau Memasarkan

Biasanya dalam menjalankan kegiatan bisnis atau usahanya memiliki satu tujuan yang ingin dicapai, salah satu diantaranya yaitu mewujudkan keinginan dan harapan untuk berkembang dan maju. Hal yang sama berlaku untuk bisnis asuransi. Kemampuan industri perasuransian dalam memberikan pelayanan terbaik merupakan faktor yang dapat menangkap peluang, meraih pertumbuhan ekonomi dan mempengaruhi upaya untuk mewujudkan tumbuh kembangnya harapan dan aspirasi industri perasuransian Indonesia. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan usaha utama yang secara langsung mempengaruhi setiap perusahaan dan menjadi sumber pendapatan. Oleh karena itu, merupakan kesalahan besar bagi para pelaku bisnis yang tidak memperhatikan aspek pemasaran. Keterbatasan sumber daya manusia dalam hal penguasaan syariah secara menyeluruh dan operasional teknologi atau kecakapan di wilayah syariah saja, atau sebaliknya, menjadi kendala untuk memperluas pemasaran produk asuransi syariah, menjadi salah satu faktor yang menjadi. Artinya, seorang agen pemasar asuransi syariah dituntut untuk menguasai dua hal sekaligus, yaitu aspek syariah dalam produk asuransi dan teknis operasional yang baik dan benar dalam menjalankan polis asuransi, dari awal menjadi polis sampai pada masa akhir polis asuransi.

Prudential Company cabang Binjai menggunakan strategi bauran pemasaran dan kinerja keagenan asuransi untuk mencari nasabah, meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan perusahaan, serta mencapai tujuan. Bauran pemasaran di sini mencakup empat P: produk (produk), harga (price), promosi (promosi), dan distribusi (lokasi). Selain itu, kinerja agen di Prudential Company cabang Binjai dipengaruhi oleh bauran pemasaran untuk membantu agen mempermudah pekerjaan mereka.

Selain bauran pemasaran 4 p ada juga perusahaan PT Prudential Cabang Binjai menggunakan tahapan kinerja yang harus dilakukan para agen dalam menawarkan produk asuransi pr u cinta di PT Prudential Cabang Binjai yaitu sebagai berikut:

1. Pra pendekatan. Dalam pra pendekatan agen mengenali atau merencanakan target calon nasabah yang ingin berpartisipasi dalam penggunaan asuransinya didasarkan pada kriteria berikut:
  - a. Kemampuan finansial pelanggan.
  - b. Pekerjaan atau bisnis dan lokasi nasabah.
  - c. Perkiraan pendapatan nasabah.
  - d. Usia nasabah.
  - e. Tempat tinggal nasabah.
  - f. Sudah menikah atau belum.
  - g. Siapa dan berapa banyak yang ditanggung

Setelah itu, agen siap menghubunginya melalui telepon atau surat ketika dia datang ke kantor. Jika tidak, agen akan datang langsung ke rumah pelanggan. Dalam menawarkan harus dapat mengidentifikasi kebutuhan mereka untuk membuka jalan bagi hasil yang memuaskan.

2. Pendekatan. Fase pendekatan adalah fase di mana agen memulai kontak langsung atau tatap muka dengan nasabah. Dengan menggunakan pendekatan yang menarik, calon nasabah bersedia meluangkan waktu untuk mendengar semua informasi agen tentang produk yang ditawarkan. Tunjukkan lisensi Anda kepada nasabah dan lebih percaya bahwa agen tersebut adalah agen berlisensi dan resmi untuk menjual asuransi. Sekali lagi, agen menggunakan alat (perangkat pemasaran) untuk membuat kesan positif dan mencatat semua informasi yang relevan.
3. Wawancara. Setelah agen mendapatkan data yang diperlukan dari nasabah dan agen siap untuk solusi, Wawancara tatap muka harus didiskusikan sehingga klien jelas tentang informasi yang diberikan agen. Dan di wawancara inilah semua pertanyaan akan di ajukan.
4. Keberatan. Pada tahap inilah, ada banyak kesalahpahaman dalam industri asuransi, keberatan itu normal, dan agen perlu merespons dengan nada yang tepat. Jangan berargumentasi dengan calon nasabah dalam situasi apapun. Agen harus sering berlatih menghadapi perbedaan pendapat dalam sikap yang membantu mereka berhasil selama wawancara.
5. Penyelesaian. Jika agen menganggap prospek siap membeli asuransi yang ditawarkan, agen harus menanyakan bagaimana nasabah membayar premi secara tunai atau dengan cek (pemrosesan tabungan otomatis, otomatis dari kartu kredit atau klaim beberapa perusahaan asuransi melakukan ini atau transfer bank dari rekening pelanggan). Agen juga selalu tersedia untuk membantu prospek menyelesaikan semua persyaratan manajemen untuk pembayaran premi.
6. Layanan. Fase ini merupakan langkah terpenting dalam menawarkan asuransi. Jika pemegang polis puas dengan layanan agen, asuransi akan tetap berlaku. Pelayanan sangat penting dalam bisnis asuransi, karena polis asuransi jiwa merupakan komitmen jangka panjang dan harus selalu dihormati.

## Produk Pru Cinta

Asuransi Jiwa Syariah PRUCinta (PRUCinta) merupakan produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap risiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan. Selain itu produk ini juga memberikan perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan dan manfaat jatuh tempo dalam bentuk Nilai Tunai dari dana Nilai Tunai di akhir masa kepesertaan.

Keistimewaan dalam produk pru cinta PT Prudential Cabang Binjai :

1. 100% santunan asuransi dari dana tabarru' dan nilai tunai dari dana nilai tunai apabila Peserta yang diasuransikan meninggal dunia selama dalam masa kepesertaan.
2. Manfaat jatuh tempo dalam bentuk nilai tunai dari dana nilai tunai apabila peserta yang diasuransikan masih hidup sampai akhir masa kepesertaan dan polis tetap aktif.
3. Perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan sampai dengan usia Peserta yang diasuransikan pada saat Polis diperpanjang yaitu 70 tahun.
4. Total 300% dari santunan asuransi dari dana tabarru' dan nilai tunai\*\* dari dana nilai tunai jika peserta yang diasuransikan meninggal dunia karena kecelakaan sebelum usia 70 tahun.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang saya gunakan ialah metode kualitatif dan menggunakan metode ilmiah juga untuk membaca, mengolah, dan menganalisis data untuk menerapkan metode pengumpulan data secara efektif dan sistematis menggunakan penelitian kepustakaan serta wawancara dari beberapa nasabah dari PT. Prudential Cabang Binjai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran syariah adalah area bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam dan merupakan salah satu muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses dalam transaksinya terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh ketentuan syariah.

Dalam dunia ini banyak nya kematian yang pasti akan dihadapi dan dialami oleh seluruh manusia. Dan sebagian besar budaya agama menganggap kematian sebagai hal yang sangat menakutkan. Namun, beberapa menganggap kematian sebagai fenomena alam yang pasti akan dialami semua manusia.

Jadi karena hal itu perusahaan PT Asuransi Prudential Cabang Binjai membuat suatu produk asuransi jiwa yang dinamai pru cinta. Dimana produk ini akan membuat masyarakat tidak perlu bingung lagi jika ada nya kematian diantara keluarganya terutama kepala keluarga yang harus menafkahi tanggungannya. Maka dari itu PT Prudential Cabang Binjai menjamin jika masyarakat mengikuti produk pru cinta ini akan dapat banyak manfaat. Karena produk pru cinta ialah suatu produk asuransi jiwa yang mengutamakan kepada kepala keluarga dan keluarganya. Adapun salah satu manfaat produk pru cinta yang paling banyak manfaat nya yaitu mendapatkan 400% santunan apabila meninggal dunia di bulan puasa atau 10 hari lebaran. Dengan banyak nya santunan yang keluar jika meninggal dunia maka orang yang ditinggal terutama anak-anak dan istri nya tidak perlu lagi memikirkan kehidupan yang akan datang nanti. Dan jika tidak ada yang meninggal uang 100% kembali kepadanya.

Berikut disini penulis akan memaparkan beberapa hasil wawancara agen yang menawarkan produk asuransi pru cinta PT Prudential di atas kepada masyarakat di daerah Binjai :

Menurut bapak Mhd.Hafid pada saat agen menawarkan kepadanya, beliau mengatakan:

Produknya sangat bagus pada saat saya dengar kamu menjelaskannya, walaupun saya sudah mempunyai asuransi bpjs tapi menurut saya yang kamu katakan itu menarik dan bagus untuk masa depan istri dan anak saya jika saya mengalami kecelakaan itu. Mungkin saya akan tertarik namun saya akan diskusikan terdahulu kepada istri saya.

Menurut ibu Erni pada saat agen menawarkan produk pru cinta kepadanya:

Menurut saya asuransi syariah itu bagus dan pencairannya jelas dan saya juga sudah pernah ikut diprudential tetapi berhenti karna kendala ekonomi untuk menyekolahkan ke 3 anak sayap. Namun pada saat kamu menjelaskan mungkin saya seperti ingin ikut kembali untuk anak saya yang paling kecil karena produk nya cocok untuk suami saya yang kerjanya yang mempunyai resiko yang tinggi.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa kinerja para agen dalam menawarkan produk pru cinta itu sangat bagus, mungkin mereka sudah belajar memahami bagaimana strategi memasarkan yang baik dan benar. Sehingga para nasabah sangat cepat memahami penjelasan yang mereka (agen) sampaikan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian yg dipaparkan pada pembahasan tentang Kinerja para agen dalam menawarkan produk asuransi pru cinta PT Prudential cabang Binjai maka bisa disimpulkan

Perusahaan terlebih dahulu memberikan pelatihan dan pendidikan kepada setiap agen sebelum perusahaan melepaskan agen untuk memenuhi kewajibannya sebagai agen. Pendidikan dan pelatihan yang dimaksud meliputi beberapa hal, seperti company profile knowledge, product knowledge, teori pemasaran, Aqidah dan peningkatan moral. Setelah edukasi, masing-masing agen akan dilatih dalam fase penjualan dengan berinteraksi langsung dengan calon nasabah atau biasa disebut prospek.

Prudential Company cabang Binjai menggunakan strategi bauran pemasaran dan kinerja keagenan asuransi untuk mencari nasabah, meningkatkan jumlah nasabah dan penjualan perusahaan, serta mencapai tujuan. Bauran pemasaran di sini mencakup empat P: produk (produk), harga (price), promosi (promosi), dan distribusi (lokasi). Selain itu, kinerja agen di Prudential Company cabang Binjai dipengaruhi oleh bauran pemasaran untuk membantu agen mempermudah pekerjaan mereka.

Selain bauran pemasaran 4 p ada juga perusahaan PT Prudential Cabang Binjai menggunakan tahapan kinerja yang harus dilakukan para agen dalam menawarkan produk asuransi pru cinta di PT Prudential Cabang Binjai yaitu sebagai berikut:

1. Pra pendekatan
2. Pendekatan
3. Wawancara
4. Keberatan
5. Penyelesaian
6. Layanan

Apabila seorang agen mengikuti saran di atas yang sesuai dengan harapan perusahaan PT Prudential Cabang Binjai dijamin para agen mendapatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah yang banyak. Namun kegiatan-kegiatan diatas harus dilakukan agen secara baik dan sesuai harapan jika ingin mendapat nasabah yang banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajib Muhammad. 2019. "Asuransi Syariah". Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing
- Edi Hariyadi dan Abdi Triyanto. 2017. "Peran Agen Asuransi Syariah Dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat Tentang Asuransi Syariah". Vol.No.1. <https://journal.sebi.ac.id/index.php/jeps/article/download/164/129>
- <https://www.prudential.co.id/export/sites/prudential-id/id/.galleries/pdf/product/pru-cinta-uob-brosur-071220.pdf>. diakses pada 1 April 2022
- Indrasari Meithiana. 2019. "Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan". Surabaya: Unitomo Press
- Irwanto, T., Susena, K. C., & Tusadiyah, N. (2020). ANALISIS KINERJA PEGAWAI PADA PT. ASURANSI UMUM BUMIPUTERA MUDA 1967 CABANG BENGKULU. *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam (JAM-EKIS)*, 3(1).
- Mega Lisdiana. 2011. "Kinerja Para Agen dalam Memasarkan Produk Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Syari'ah 1912 Cabang Surakarta Kepada Nasabah. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/20329>
- Rahim, H. 2013. Optimisme Pertumbuhan Asuransi Indonesia; Proyeksi Perkembangan Lima Tahun (2014-2018). *Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko*, 1(2).
- Sabik Khumaini dan Muh Turizal Husein. 2019. "Persepsi dan Minat Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah di Kabupaten Tangerang. Vol.9.No.2. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/1138/1194>

- Sukma Putri Jaya Puspita, dkk. 2014. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan". Vol.15.No.1. <https://www.neliti.com/publications/84540/pengaruh-motivasi-kerja-kemampuan-kerja-dan-lingkungan-kerja-terhadap-kinerja-ka>
- Sumanto, Agus Edi, E. P. 2009. Solusi Berasuransi: Lebih Indah dengan Syariah. Bandung: PT Salamadani Pustaka Semesta.