

ETIKA AGEN ASURANSI SYARIAH DALAM MEMASARKAN PRODUK ASURANSI JIWA PADA PT. ASURANSI SUN LIFE FINANCIAL CABANGMEDAN

Putih Mandani¹, Rahmi Syahriza
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam
Negeri Sumatera Utara
putehmandani@gmail.com¹, rahmi.syahriza@uinsu.ac.id

Abstrak (indonesia)

Received: 10
September
Revised : 2022
20
Accepted: September
4 Oktober 2022

Latar Belakang: Salah satu keberhasilan sebuah perusahaan asuransi syariah ialah melalui pemasaran. Dalam pemasaran asuransi jiwa, lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina, mengembangkan dan (komunikasi langsung antara penjual dan calon nasabah dan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk sehingga nasabah tertarik untuk membeli produk).

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana etika agen asuransi Sun Life syariah dalam memasarkan produk asuransi jiwa pada PT.

Metode: metode kualitatif dengan pendekatan dekriptif. Metode kualitatif adalah metode yang menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut.¹²

Hasil: hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa etika agen asuransi Sun Life syariah cabang Medan dalam memasarkan produknya memiliki pelatihan khusus dari perusahaan tentang asuransi syariah, beberapa agen diberikan

Kesimpulan: Asuransi Sun Life Cabang Medan, seorang agen diberikan pelatihan khusus dari perusahaan tentang asuransi

syariah sebelum terjun langsung kelapangan. Di dalam dunia asuransi peran seorang agen sangatlah penting untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah terkait produk asuransi. Beberapa produk asuransi pada PT.

Kata kunci: Asuransi; pemasaran; produk asuransi; Sun Life

Abstract (English)

This study aims to determine how the ethics of Sun Life sharia insurance agents in marketing life insurance products at PT. Sun Life Financial Insurance Medan Branch. Then to find out how the Islamic economic perspective on the ethics of Sun Life sharia insurance agents in marketing life insurance products at PT. Sun Life Financial Insurance Medan Branch. The type of research used is descriptive using a qualitative approach. Based on the results of research and analysis that has been carried out, it can be seen that the ethics of the Medan branch of Sun Life sharia insurance agents in marketing their products have special training from the company on sharia insurance, some agents are given

Background: *One of the successes of a sharia insurance company is through marketing. In life insurance marketing, more skills are needed to recruit, foster, develop and (direct communication between sellers and prospective customers and form customer understanding of the product so that customers are interested in buying the product).*

Objective: *This study aims to determine how the ethics of Sun Life sharia insurance agents in marketing life insurance products at PT.*

Methods: *qualitative method with a*

descriptive approach. Qualitative method is a method that emphasizes the observation of phenomena and examines the substance of the meaning of the phenomenon.¹²

Results: *the results of research and analysis that have been carried out, it can be seen that the ethics of the Medan branch of Sun Life sharia insurance agents in marketing their products have special training from the company on sharia insurance, some agents are given*

Conclusion: *Asuransi Sun Life Medan Branch, an agent was given special training from the company about sharia insurance before going directly into the field. In the world of insurance, the role of an agent is very important to provide clear information to customers regarding insurance products. Several insurance products at PT.*

Keywords: *Insurance; marketing; insurance product; Sun Life*

**Correspondent Author : Putih Mandani
Email : putehmandani@gmail.com*



PENDAHULUAN

Salah satu keberhasilan sebuah perusahaan asuransi syariah ialah melalui pemasaran. Dalam pemasaran asuransi jiwa, lebih diperlukan kemampuan merekrut, membina, mengembangkan dan (komunikasi langsung antara penjual dan calon nasabah dan membentuk pemahaman nasabah terhadap produk sehingga nasabah tertarik untuk membeli produk). Pemasaran asuransi dilakukan melalui agen. Yakni, agen adalah seseorang atau badan hukum yang kegiatannya memberikan jasa asuransi atas nama perusahaan asuransi.¹ Agen sangatlah berperan penting terhadap penawaran produk-produk yang ada pada perusahaan asuransi syariah, dimana agen memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan finansial baik individu maupun kelompok, baik kebutuhan kesehatan maupun yang berkaitan dengan harta benda (Warren et al., 2012). Untuk sukses dalam memuaskan nasabah seorang agen harus memiliki komitmen mengenai pekerjaannya dan berlatih secara konsisten serta memiliki pengetahuan yang luas mengenai asuransi. Seorang agen sangat berpengaruh terhadap penjualan suatu produk, bagaimana seorang agen harus dapat memuaskan serta meyakinkan nasabah dengan informasi-informasi yang jelas bermodalkan

pengetahuannya. Dunia pemasaran sering dikatakan dunia yang penuh dengan janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam manajemen pemasaran syariah baik dalam penjualan

produk barang dan jasa, bahwa pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh tipu menipu. Sebab, pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi. Hal-hal inilah yang banyak dilanggar oleh pemasar asuransi, sehingga menyebabkan konsumen pada akhirnya banyak yang kecewa pada produk yang dibeli karena berbeda dengan apa yang sudah dijanjikan oleh seorang agen (Soemitra, 2009). Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik meneliti tentang “Etika agenasuransi Sun Life syariah dalam memasarkan produk asuransi jiwa pada PT. Asuransi Sun Life Financial Cabang Medan” ditinjau dalam perspektif Ekonomi Islam.

A. Pengertian Etika

Etika secara etimologi berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu, ethos yang memiliki arti kebiasaan, adat, akhlak, perasaan, sikap, cara berfikir (Anisya Anggun, 2018). Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, dan moralitas⁵. Etika berupa seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia. Biasanya orang mengidentikan bahwa etika dan moral itu sama terkait dengan tindakan baik buruknya manusia, tetapi ditelaah pada umumnya bahwa etika dan moral memiliki pengertian yang berbeda. Jika moral lebih terkait dengan baik buruknya setiap perbuatan manusia, sedangkan etika adalah ilmu yang membahas dan mempelajari baik buruk perbuatan manusia tersebut.

Didalam agama Islam makna etika disamakan dengan akhlak. Adapun persamaannya terletak pada objeknya, dimana keduanya sama-sama membahas tentang baik dan buruknya perbuatan manusia. Jika etika menentukan baik buruknya manusia dengan tolak ukur, sedangkan akhlak menentukannya dengan tolak ukur ajaran agama Islam (Al-qu'an dan Al-sunnah) (Badroen, 2006) (Dahruji & Permata, 2017). Agama Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai norma, sopan santun dan menghargai makhluk lainnya. Dalam Islam berbisnis juga diatur, Islam mengatur bahwa berbisnis harus sesuai dengan ajaran agama Islam dan mengedepankan prinsip tauhid. Dimana setiap apa yang kita lakukan dalam berbisnis pasti dilihat oleh Allah SWT. Maka dalam berbisnis kita harus mengedepankan kejujuran karena kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis. Islam menganjurkan didalam Al-qur'an dalam dunia bisnis bahwa ada dua tugas etika bisnis dalam Islam yaitu: pertama, upaya dalam menyelaraskan suatu kepentingan dalam bisnis maupun perusahaan dengan adanya tuntutan spiritual dan moralitas. Penyelarasan tersebut diimplementasikan agar menjadi sebuah bisnis yang etis. Kedua, memberikan pemahaman dan cara berfikir yang rasional terhadap masyarakat tentang bisnis yang beretika karena bisnis merupakan aktivitas atau kegiatan manusia dalam mempertahankan hidup memenuhi kebutuhan sosialnya (Cahyani, 2022).

A. Etika Ekonomi Islam

Etika ekonomi Islam, menurut pendapat para ahli ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari aspek kemaslahatan dengan memperhatikan sejauhmana amal perbuatan manusia dapat diketahui menurut akal pikiran (rasio) dan bimbingan wahyu (nasb).⁸ Etika bisnis dalam perspektif Islam, ketika dalam menjalankan suatu bisnis jika mengedepankan nilai-nilai Islam maka tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar. Etika bisnis adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber dari Al-qur'an dan As-sunnah dalam dunia bisnis sudah diterapkan Rasulullah saat menjalankan tugasnya (Hardiono, 2020). Setiap pelaku bisnis Islam memiliki aturan-aturan atau etika yang harus dilakukan. Hal ini dilakukan karena manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan memiliki pertanggung jawaban yang akan dia ajukan kepada Allah Swt. Jadi, didalam etika bisnis terdapat aspek hukum yang terdiri dari kepemilikan, pengelolaan, dan pendistribusian harta. Sehingga etika bisnis syariah yaitu :

- A. *Menolak monopoli*
- B. *Menolak eksploitasi*
- C. *Menolak diskriminasi*
- D. *Menuntut keseimbangan antara hak dan kewajiban*
- E. *Terhindar dari usaha tidak sehat.*¹⁰

Dengan demikian, berbisnis dalam ajaran Islam sangat dijunjung tinggi guna untuk menyelamatkan dari kecurangan, kerakusan, ketamakan, dan tidak peduli terhadap saudara selingkungannya.

B. Pengertian Agen Asuransi

Dalam perusahaan asuransi baik umum maupun umum syariah diketahui adanya peran seorang agen yang memiliki pengaruh langsung terhadap perusahaan yang bersangkutan. Mengenai agen asuransi ini, pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 ayat 28 dalam Undang-undang No 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 dan memenuhi persyaratan untuk mewakili perusahaan asuransi dalam memasarkan produknya (Dianata, 2017). Agen merupakan orang yang mempunyai peran penting dalam suatu perusahaan asuransi untuk meyakinkan calon nasabah agar membeli produk asuransi yang ditawarkan. Keberhasilan produk asuransi dapat menjangkau banyak nasabah tidak lepas dari keberhasilan seorang agen.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dekriptif. Metode kualitatif adalah metode yang menekankan pada pengamatan fenomena dan lebih meneliti ke substansi makna dari fenomena tersebut (Azizah & Iswahyudi, 2022). Metode kualitatif dapat digunakan untuk mengungkapkan dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikipun belum diketahui.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Singkat PT. Asuransi Sun Life Financial Cabang Medan

Sun Life merupakan perusahaan penyedia layanan jasa keuangan internasional terkemuka yang menyediakan beragam produk asuransi, serta solusi pengelolaan kekayaan dan aset, baik untuk individu maupun korporasi. Sun Life adalah salah satu merek perusahaan asuransi ternama berasal dari Kanada. Sebagai salah satu perusahaan asuransi terkemuka di dunia, Sun Life memberikan berbagai produk layanan asuransi, investasi hingga jaminan hari tua. Sun Life salah satu perusahaan asuransi terpercaya, memiliki total aset sekitar 975 miliar dolar Kanada. PT. Asuransi Sun Life Financial Indonesia merupakan anak usaha yang sepenuhnya dimiliki PT. Sun Life Financial yang didirikan pada tahun 1865 di Toronto, Canada dan beroperasi di 3 Benua besar di dunia Amerika, Eropa dan Asia, Dan masuk ke Asia khususnya di Indonesia pada tahun 1995. PT. Sun Life Financial Indonesia bermitra dengan lembaga keuangan nasional dan multinasional yang terkemuka untuk menjalankan strategi yang tersebar melalui berbagai jalur dan menyediakan akses yang lebih luas untuk solusi asuransi (Rerung, Fauzan, & Hermawan, 2020).

Sun Life Financial masuk ke pasar Asia melewati Hongkong pada tahun 1992, yang kemudian Hongkong saat ini menjadi kantor dari Sun Life di wilayah Asia. Pada tahun 2009 beroperasi melalui 3 anak perusahaan diantaranya, PT. Sun Life Financial Indonesia, CIMB Sun Life, PT. Sun Life Indonesia service. Dengan jumlah karyawan per Desember 2013 sejumlah 28.000, dan dana yang dikelola 684 M per 30 Juni 2004. PT. Sun Life Financial Indonesia terdiri atas Sun Life dan Sun Life syariah (Ahdan & Sari, 2020). Dengan terus melakukan inovasi dan pembaharuan pada sistem, produk dan proses akhirnya PT. Sun Life Financial Indonesia mencoba melakukan inovasi produk yang berfokus di bidang syariah. Dengan terus berfokus pada produk yang inovatif dan berharap dapat diterima oleh masyarakat muslim Indonesia, pada Desember 2010, PT. Sun Life Financial Indonesia meluncurkan bisnis berupa produk syariah yang memungkinkan PT. Sun Life Financial Indonesia berbagai mengenai nilai dan konsep syariah serta membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan nasabah akan produk asuransi syariah

(Ardianto, 2019). Sosok yang paling berjasa atas hadirnya asuransi Sun Life tak bisa dilepaskan dari Mathew Hamilton Gault seorang pembisnis dan tokoh di Montreal, Kanada. Sosok inilah yang sejak tahun 1860-an sudah bercita-cita membangun perusahaan asuransi. Tujuannya untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi dan kesejahteraan dalam kerangka baru di Kanada.

B. Produk PT. Asuransi Sun Life Financial Syariah Cabang Meda

- A. *Brilliance Hasanah Sejahtera*, Brilliance Hasanah Sejahtera merupakan produk asuransi jiwa dan investasi dengan pembayaran berkala untuk membantu mencapai kebutuhan keuangan dimasa depan seperti biaya pendidikan, modal usaha, ibadah, pernikahan anak, dana hari tua dan lainnya yang dikelola berdasarkan prinsip syariah.
- B. *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. Tak hanya itu produk ini juga memberikan peluang hasil investasi yang optimal untuk membantu mencapai masa depan penuh berkah bagi anda dan keluarga. Sun Life Financial Indonesia mempersembahkan Asuransi Brilliance Hasanah Fortune Plus, kombinasi antara asuransi dan investasi berbasis syariah yang memberikan manfaat asuransi jiwa yang dilengkapi dengan mencapai masa depan manfaat cacat tetap dan kematian akibat kecelakaan sekaligus potensial hasil investasi yang optimal untuk membantu mencapai masa depan penuh berkah bagi anda dan keluarga.
- C. *Brilliance Amanah*, Asuransi Brilliance Amanah yakni bisa dikatakan merupakan produk asuransi umat Muslim, yakni melantarkan lebih dekat kebaitullah.
- D. *Brilliance Hasanah Protection Plus*, Merupakan produk asuransi unit link (produk perusahaan asuransi jiwa yang memadukan fungsi dari proteksi dan investasi) kontribusi tunggal yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan perlindungan jiwa dan investasi yang dikelola berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
- E. *Brilliance Hasanah Maxima (syariah)*, Merupakan produk kombinasi antara asuransi dengan investasi yang memberikan manfaat asuransi jiwa syariah dan investasi yang dikelola dengan prinsip syariah.¹⁶

C. Etika agen asuransi dalam memasarkan produk

Asuransi merupakan sebuah perusahaan yang memberikan penanggungan kerugian terhadap resiko yang terjadi pada nasabahnya. Dalam asuransi peran seorang pemasar sangatlah penting untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabahnya terkait produk asuransi yang mungkin aja akan berguna bagi nasabah untuk kedepannya. Tetapi dengan semakin meluasnya dunia perasuransian semakin banyak juga masyarakat yang tidak percaya dengan asuransi dikarenakan banyaknya beredar penipuan yang terjadi. Ditambah lagi banyaknya masyarakat yang berasumsi bahwa produknya yang terlalu ribet sehingga membuat orang-orang malas dan takut untuk membeli produk sekaligus pemasar atau agennya. Maka dari kasus ini perlu diadakan adanya standar etika yang tinggi untuk seorang agen dalam melaksanakan dan memasarkan produknya dengan baik.

Untuk menjadi seorang agen asuransi jiwa, seorang agen terlebih dahulu harus dibekali dengan materi dan ujian lisensi, ini merupakan persyaratan menjadi seorang agen. AAJI atau AASI sangatlah dibutuhkan bagi seorang agen asuransi untuk mengetahui bagaimana menjadi seorang agen yang baik dan benar. Dan apabila seorang calon agen tersebut lulus dan sudah memiliki sertifikat bukti ujian lisensi, maka agen tersebut siap menjadi agen di asuransi Sun Life.

KESIMPULAN

Dari pemaparan yang telah penulis jelaskan, dapat disimpulkan bahwa etika agendalam memasarkan produk Asuransi Jiwa pada PT. Asuransi Sun Life Cabang Medan, seorang agen diberikan pelatihan khusus dari perusahaan tentang asuransi syariah sebelum terjun langsung kelapangan. Di dalam dunia asuransi peran seorang agen sangatlah penting untuk memberikan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah terkait produk asuransi. Beberapa produk asuransi pada PT. Asuransi Syariah yaitu : Brilliance hasanah sejahtera, brilliance hasanah fortune plus, brilliance amanah, brilliance amanah, brilliance hasanah protection plus, brilliance hasanah maxima. Seorang agen Asuransi diberikan persyaratan dan diperkuat dengan diberikan kode etik agen dari Sun Life berupa berkas RF. PT. Asuransi Sun Life Cabang Medan dalam mekanisme pemasarannya sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang dibuktikan dengan produk asuransi syariahnya yang sudah banyak terjual dan dipercaya oleh para nasabah. Implikasi mengenai penjelasan bahwa pemasaran pada PT. Sun Life sudah berjalan sesuai syariah, seharusnya peneliti dapat memberikan alasan yang lebih jelas dan dapat memberikan salah satu contoh yang dapat ditangkap oleh akal sehat pembaca.

BIBLIOGRAFI

- Ahdan, Syaiful, & Sari, Putri Indah. (2020). Pengembangan Aplikasi Web untuk Simulasi Simpan Pinjam (Studi Kasus: Lembaga Keuangan Syariah Bmt L-risma. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(1), 33–40.
- Anisya Anggun, Kinanti. (2018). *Analisis Perjanjian Asuransi Sun Life Financial Syariah di Kota Madiun*. IAIN PONOROGO.
- Ardianto, Yoni. (2019). Memahami metode penelitian kualitatif. *Diambil Kembali Dari Wwww. Djkn. Kemenkeu. Go. Id: [https://www. Djkn. Kemenkeu. Go. Id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/memahami-metode-penelitian-kualitatif.html>](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/12773/memahami-metode-penelitian-kualitatif.html)*. Html.
- Azizah, Rahmawati Nur, & Iswahyudi, Iswahyudi. (2022). STRATEGI DAKWAH KYAI DALAM MENANAMKAN TANGGUNG JAWAB SANTRI PONDOK PESANTREN AL-BAROKAH PONOROGO. *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era*, 2(1), 234–246.
- Cahyani, Rizka Wahyu. (2022). *Pengaruh Pemahaman Asuransi Syariah Terhadap Minat Menjadi Peserta Asuransi Syariah (Studi Kasus Pada Komunitas Driver Ojek Online di Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten)*. UIN SMH BANTEN.
- Dahruji, Dahruji, & Permata, Arif Rachman Eka. (2017). Etika bisnis dalam perspektif ekonomi islam: Tinjauan teoritik dan empiris di Indonesia. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 4(1).
- Dianata, Mirza. (2017). *Penerapan segmenting, targetting, dan positioning (STP) pada produk syariah di PT. Sun Life Financial Indonesia: Studi kasus di PT. Sun Life Financial Indonesia cabang Kediri*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Hardiono, Hardiono. (2020). Sumber Etika dalam Islam. *Jurnal Al-Aqidah*, 12(2), 26–36.
- Rerung, Rintho Rante, Fauzan, Muhammad, & Hermawan, Hari. (2020). Website quality measurement of higher education services institution region IV using Webqual 4.0 method. *International Journal of Advances in Data and Information Systems*, 1(2), 89–102.
- Soemitra, Andri. (2009). Bank dan Lembaga Syariah. *Kencana Prenada Media, Jakarta*.
- Warren, M. W., Kauffman, J. B., Murdiyarso, Daniel, Anshari, G., Hergouale'h, K., Kurnianto, S., Purbopuspito, J., Gusmayanti, E., Afifudin, M., & Rahajoe, J. (2012). A cost-efficient method to assess carbon stocks in tropical peat soil. *Biogeosciences*, 9(11), 4477–4485.



© 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).