

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini membuat secara sepiantas manusia tampak mengalami kemajuan dalam hidup dan kehidupan ekonomi yang serba canggih dan modern di dunia. Pengetahuan masyarakat tentang asuransi sedikit demi sedikit telah meningkat. Dipandu juga dengan semakin luasnya sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan asuransi di Indonesia tentang betapa pentingnya peran asuransi. Asuransi juga merupakan salah satu bentuk manajemen keuangan dan manajemen resiko. Kita harus mengakui, meskipun sudah banyak yang mengetahui tentang asuransi, namun masih banyak orang awam terhadap apa itu asuransi serta peraturan perundang-undangan tentang asuransi. Masyarakat masih sering merasakan bahwa asuransi tidak melindungi keseluruhan asetnya melainkan hanya beberapa persen saja. Itu semua tidak benar selama kita tahu betul produk apa yang kita pilih (S. Ramadhani and Lestari 2019)

Masih banyak kesadaran masyarakat yang belum mengetahui manfaat yang diperoleh dengan menggunakan lembaga keuangan yang memberikan manfaat yang tinggi seperti asuransi syariah. Asuransi syariah ialah produk dari lembaga keuangan yang memiliki hal dalam perekonomian negara untuk membuat perusahaan asuransi syariah ini lebih maju. Asuransi syariah juga mengandung maksud dari persiapan, perencanaan dan juga pelayanan di kemudian hari. Di Indonesia asuransi syariah disebut juga biasa tolong menolong, yang mana asuransi syariah ialah tabbaru. Tabbaru juga memberikan strategi dalam menghadapi risiko tertentu melalui akad yang sesuai dengan syariat. Saat ini, juga masih banyak perusahaan

asuransi yang belum menetapkan strategi pemasaran agennya dengan baik dalam urusan agen dan juga nasabah dalam meningkatkan jumlah polis asuransi (D. Ramadhani and Syahriza 2022)

Ini merupakan hal yang tidaklah mudah yang dilakukan seorang agen apabila melakukan prospek kepada nasabahnya untuk mengikuti asuransi dan agen juga membantu dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa syariah. Oleh karena itu agen juga harus mempunyai pemikiran yang cukup luas dalam melakukan pemasaran serta memiliki skill dan dalam menjual produknya dalam meningkatkan penjualan polis asuransi jiwa syariah yang telah dilakukan oleh agen tersebut. Agen juga dalam melakukan kegiatan ekonomi memiliki peran yang sangat bagus dan memiliki antusias yang sangat luar biasa, yang mana seorang agen mampu memperlancar kegiatan pasar serta mekanisme yang baik dalam melakukan perannya sebagai agen. Seorang agen juga harus bisa menjalankan komunikasi yang baik terhadap calon nasabahnya, karena dalam komunikasi yang terjalin pada agen dapat memengaruhi hasil dari kinerja yang dilakukan oleh agen pada masa melakukan prospek terhadap nasabah asuransi yang baru.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dari keterangan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dijadikan pembahasan adalah :

Dengan menggunakan metode literature review bagaimana strategi pemasaran produk asuransi jiwa berbasis syariah?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk asuransi jiwa berbasis syariah menggunakan metode literature review

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini, diharapkan memberikan manfaat bagi :

(1) Bagi Pengembangan Ilmu dan Teknologi Asuransi Kesehatan :

(1) Sebagai penelitian pendahuluan untuk mengawali penelitian lebih lanjut tentang

Studi Literatur : Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah

(2) Sebagai salah satu sumber informasi bagi pelaksanaan penelitian bidang asuransi

tentang Studi Literatur : Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah

(2) Penulis : Memperoleh pengalaman dalam melaksanakan penelitian tentang Studi

Literatur : Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah