

BAB IV

**ANALISIS KEUNGGULAN KOMPETITIF SISTEM ASURANSI
PRUSYARIAH DALAM PERSPEKTIF PEMEGANG POLIS PADA PT.
PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE KANTOR AGENCY CABANG
KUDUS 1**

A. Analisis Diferensiasi Produk

Dari kehadiran dua jenis asuransi syariah yang dikeluarkan oleh PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 yaitu *PRUlink Syariah Assurance Account* (PAA Syariah) dan *PRUlink syariah investor account* (PIA Syariah) merupakan pertanda bahwa produk asuransi syariah yang dikeluarkan dapat diandalkan sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh pemegang polis. Terlihat bahwa produk asuransi syariah yang dikeluarkan oleh PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 memiliki daya tarik tersendiri dibandingkan asuransi konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan beberapa pemegang polis menunjukkan bahwa sebagian besar kecocokan produk asuransi PRU syariah yang ditawarkan Prudential dengan kebutuhan calon nasabah baik dimata mereka. Hal ini karena menurut para pemegang polis produk asuransi PRU syariah mempunyai kejelasan halal dengan tidak adanya unsur-unsur *riba*, *gharar* dan *maisir* yang dilarang agama seperti asuransi konvensional. Selain itu dibandingkan dengan sistem asuransi konvensional, menurut para pemegang polis pada produk PRU syariah terdapat

perbedaan dan keunggulan lebih pada akadnya, kepemilikan dana dan operasionalisasi dana.

Tidak adanya unsur *gharar* bisa dilihat adanya kejelasan sumber dana untuk membayar setiap klaim yang akan diambil dari tabungan khusus *tabarru'*, rekening tabungan dan hasil investasi. Perhitungan program asuransi juga tidak mengacu pada perhitungan bunga tetapi menggunakan sistem bagi hasil dari pengolahan dana yang dihimpun dan dapat dijamin terbebas dari *riba*. Tidak berlakunya *maisir* atau judi pada PRUsyariah bisa dilihat premi yang disetor ke perusahaan bila mana kontraknya habis atau bila peserta mengundurkan diri tidak hilang.

Sedangkan dari segi akad, akadnya bukan jual beli (*tabadduli*) seperti di asuransi konvensional, yakni saling mengganti atau saling menukar resiko antara pemegang polis kepada perusahaan. Akad asuransi syariah menggunakan akad tolong menolong (*ta'awun*). Akadnya lebih berorientasi pada penawaran keikutsertaan untuk saling menanggung atau saling menjamin resiko. Sehingga uang yang disetor oleh peserta merupakan *dana tabarru* yang sengaja diniatkan untuk melindungi diri dan nasabah lainnya dalam menghadapi peristiwa yang belum terjadi dalam jangka waktu tertentu.¹

Dari kepemilikan dana, pada asuransi syariah dana yang terkumpul dari peserta dalam bentuk iuran atau kontribusi, merupakan milik peserta, perusahaan hanya sebagai pemegang amanah dalam mengelola dana tersebut, sehingga wajar jika dari pihak asuransi syariah menggunakan akad *Tijarah*

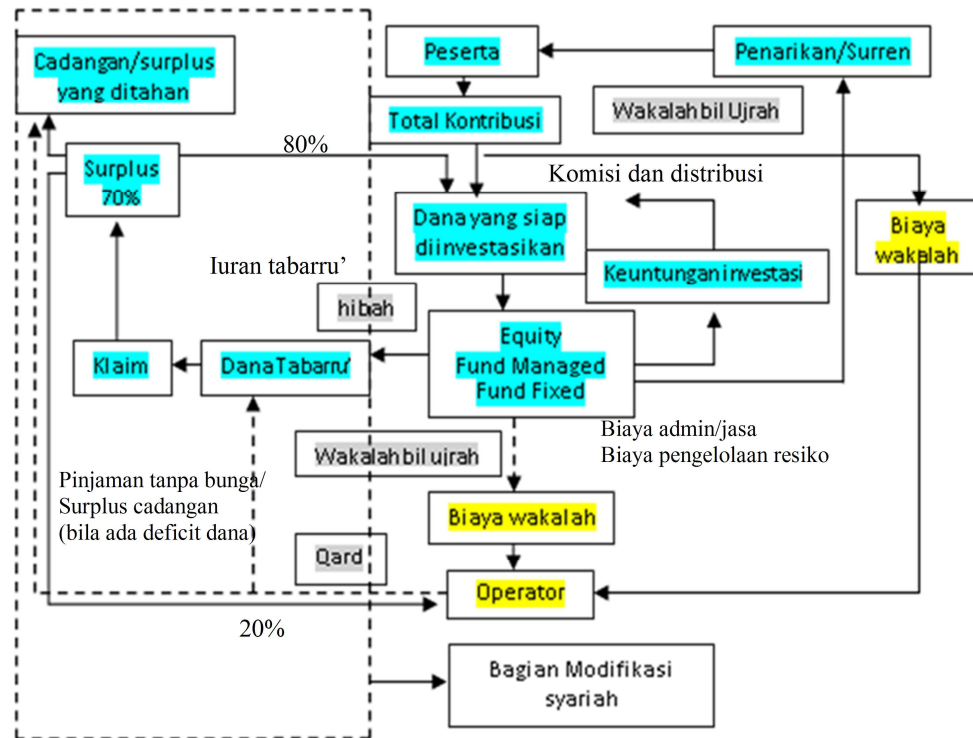
¹ Mengenai akad asuransi syariah dapat dilihat dalam Hasan Ali, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, Jakarta: Prenata Media. 2004, hlm. 167

(*wakalah bil ujroh*). Berbeda dengan asuransi konvensional, dana yang terkumpul dari premi seluruhnya menjadi milik perusahaan. Perusahaan bebas menginvestasikan dana kemana aja.

Sedangkan dalam mekanisme operasionalisasi dana, kontribusi dari nasabah langsung dipisahkan menjadi dua yakni pertama masuk ke rekening *tabarru'* atau proteksi dan yang kedua masuk ke rekening tabungan bagi hasil (*unit link*). Jadi sejak awal sudah dipisahkan. Jika dibandingkan asuransi konvensional dengan adanya rekening bagi hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian premi memang sudah dialokasikan untuk dibagikan hasilnya berupa imbal hasil investasi kepada para pemegang polis. Berbeda halnya dengan asuransi konvensional, karena tidak ada pemisahan premi maka pada tahun awal pembentukan cadangan tidak ada sama sekali bagian yang menjadi hak nasabah pemegang polis. Sebagai akibatnya, bila pemegang polis tidak sanggup lagi melanjutkan melakukan penjualan polis kembali kepada perusahaan asuransi untuk mendapatkan nilai tunai yang akan diterimanya, bisa nihil. Kalaupun ada, besarnya nilai tunai pada tahun-tahun awal akan jauh berbeda dengan akumulasi premi yang pernah dibayarkannya. Operasionalisasi dana asuransi PRU syariah tersebut dapat dilihat dari struktur *Unit Link* Asuransi PRU syariah sebagai berikut:²

² Mengenai struktur unit link asuransi PRU syariah dapat dilihat dalam *PRUfast start*, Jakarta: PT. Prudential Life Assurance, 2011), hlm. 120

Gambar 1.1

Struktur *Unit Link* Asuransi PRU syariah

Penjelasan:

1. Peserta membayar kontribusi. Dari total kontribusi tersebut, sebagian langsung diinvestasikan, dan sebagian lagi dipergunakan untuk membayar biaya komisi dan distribusi yang merupakan bagian dari biaya wakalah yang dikenakan oleh operator atau perusahaan asuransi syariah. Jenis akad yang digunakan adalah *akad wakalah bil ujarah*.
2. Dana-dana dari pembayaran kontribusi peserta tersebut diinvestasikan melalui pembelian unit-unit pada dana-dana investasi yang tersedia, yaitu: *Rupiah Equity Fund Syariah*, *Rupiah Managed Fund Syariah*, atau pun *Rupiah Fixed Income Fund Syariah*, sesuai pilihan peserta.

3. Dari hasil investasi yang diperoleh, peserta sepakat untuk membayar iuran tabarru' bulanan yang langsung dimasukkan ke dalam dana tabarru', dan akad yang digunakan adalah *akad hibah*.
4. Dana Tabarru' dimiliki sepenuhnya oleh peserta dan dipergunakan untuk membayarkan klaim jika ada peserta yang mengajukannya. Tetapi bila tidak terjadi klaim atau terdapat kelebihan antara dana tabarru' dengan total klaim yang harus dibayarkan, maka kelebihan atau yang disebut surplus ini akan dibagikan ke peserta yang memenuhi persyaratan untuk memperoleh surplus sharing. 30% dari surplus disimpan terlebih dahulu ke dalam dana cadangan, sementara yang 70% sisanya akan dibagikan sebesar 80% ke peserta dan 20% ke perusahaan. Surplus yang diperoleh peserta akan dipergunakan untuk membeli unit investasi kembali sehingga akan menambah jumlah unit yang dimiliki peserta.
5. Namun apabila dana tabarru' tidak mencukupi untuk membayarkan klaim, maka peserta bisa meminjam dana kepada operator tanpa dikenakan bunga. Pinjaman ini diperoleh dari dana yang tersedia pada dana cadangan hasil pembagian dari 30% surplus sharing. Akad yang digunakan untuk pinjaman ini adalah *akad qard*.
6. Di sini dapat kita lihat bahwa peran perusahaan adalah hanya sebagai operator atau pelaksana administrasi saja. Oleh karena itu, perusahaan menarik biaya administrasi bulanan, biaya pengelolaan risiko dan pengelolaan dana tabarru', serta biaya investasi. Akad yang digunakan untuk pembayaran biaya-biaya tersebut adalah menggunakan *Akad*

Wakalah bil Ujrah, dan biaya-biaya ini disebut juga sebagai biaya wakalah.

7. Sementara itu PIA syariah juga menggunakan struktur yang sama, namun pada struktur PIA tidak terdapat iuran tabarru' bulanan dan biaya administrasi bulanan karena kontribusinya adalah kontribusi tunggal. Iuran tabarru' dan biaya administrasi dikenakan di awal pada saat kontribusi tunggal dibayarkan.

Dari gambar struktur Unit Link Asuransi PRU syariah di atas terlihat, apabila terjadi kelebihan dari dana tabarru' akan dikembalikan kepada nasabah, ini yang disebut dengan *Surplus Sharing*. *Surplus Sharing* dana yang akan diberikan kepada pemegang polis bila terdapat kelebihan dana dari rekening tabarru', termasuk juga bila ada pendapatan lain setelah dikurangi klaim dan hutang kepada perusahaan jika ada.³ Peserta yang berhak menerima *surplus sharing* harus memenuhi persyaratan atau ketentuan sebagai berikut:

- a. Tidak terjadi klaim sampai dengan tanggal 31 Desember
- b. Peserta telah memiliki polis sekurang-kurangnya 1 tahun tanggal 31 Desember
- c. Polis *inforce* dan iuran *tabarru'* telah dibayar penuh per tanggal 31 Desember, dan
- d. Polis masih *inforce*, sampai dengan *surplus* dibagikan

³ *Ibid.*, hlm.16-166

Contoh sistem bagi hasil *surplus sharing* pada Asuransi PAA syariah PT. Prudential Kantor Agency Cabang Kudus 1 Kantor Agency Cabang Kudus 1:⁴

Total Premi : Rp. 1.000.000

PAA syariah Berkala : Rp. 750.000

PRU Saver : Rp. 250.000

Nasabah A masuk asuransi pada tanggal 01-01-2007

PAA syariah : Rp. 200 juta Rp. 72.000

Medical : Rp. 1.000.000 Rp. 43.613 +

Rp. 115.613 = iuran tabarru' perbulan

Rp. 12 x 115.613 = dana tabarru'

pertahun

= Rp. 1.387.356

Adalah dana tabarru' tidak terjadi klaim hingga 31 Desember 2007.

Nasabah B masuk asuransi pada tanggal 01-07-2007.

PAAsyariah : Rp. 400 juta Rp. 72.000

Medicak : Rp. 1.000.000 Rp. 43.613 +

Rp. 115.613 = iuran tabarru'

6 x 115.613 = dana tabarru' pertahun

= 693.678

Adalah dana tabarru' tidak terjadi klaim hingga 31 Desember 2007.

Total dana tabarru' = dana tabarru' nasabah A + dari nasabah B =

⁴ Wawancara pada Nur Azizah selaku Direktur PT.Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 pada tanggal 26 Juni 2013 pada pukul 16.30

$$= 1.387.356 + 693.678$$

$$= 2.081.034$$

Dari total dana tabarru' diambil 30% sebagai dana cadangan dan disimpan di dana tabarru'. Dana tabarru' di bagikan setiap bulan april.

Contoh:

$$\text{Cadangan dana tabarru'} 2.081.034 \times 30\% = 624.310,2$$

70% = dana surplus merupakan hak nasabah.

$$70\% \times 2.081.034 = 1.456.723,8 \text{ (dana surplus sharing : bagi hasil)}$$

Dari dana total surplus sharing di ambil 20% untuk operator PRU, 80% untuk nasabah.

$$1.456.723,8 \times 80\% = 1.165.379,04 \text{ (pembagian untuk nasabah)}$$

$$1.456.723,8 \times 20\% = 291.344,76 \text{ (pembagian untuk operator PRU)}$$

Cara bagi hasil untuk nasabah :

- dana tabarru' nasabah A = $1.387.356 : 2.081.034 \times 100\% = 66,7\%$

$$\text{jadi hasil untuk nasabah A} = 66,7\% \times 1.165.379,04 = 777.307,82$$

- dana tabarru' nasabah B = $693.678 : 2.081.034 \times 100\% = 33,3\%$

$$\text{jadi hasil untuk nasabah B} = 33,3\% \times 1.165.379,04 = 388.071,22$$

Dengan demikian, menurut penulis karakteristik diferensiasi produk yang dimiliki asuransi PRU syariah PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 berbeda dengan asuransi konvensional. Terlihat produk asuransi PRU syariah memiliki manfaat lebih serta formalitas syariah daripada produk asuransi konvensional. Menurut penulis dapat menjadi faktor keberhasilan peningkatan pertumbuhan PT. Prudential Life

Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 karena keunggulan dari diferensiasi produk tersebut cukup kompetitif untuk menghadapi persaingan dari para pesaing.

B. Analisis Diferensiasi Servis

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan menunjukkan bahwa sebagian besar pemegang polis berpendapat pelayanan yang diberikan PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 kepada nasabah sedang-sedang saja. Hal ini karena dalam proses pengajuan klaim, perusahaan kurang profesional dalam melayani nasabahnya apalagi dalam hal proses penarikan dana investasi yang terlalu lama dan lambat. Selain itu juga kurangnya akurat dalam memberikan informasi kepada nasabah.

Tetapi sebagian pemegang polis ada yang berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 kepada nasabah diberikan dengan baik. Terlihat dalam kesesuaian kinerja yang diberikan dengan harapan pemegang polis, seperti: pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki pegawai dalam bekerja, serta jaminan keamanan dan kepercayaan terhadap pelanggan. Meski demikian, ada juga pemegang polis yang berpendapat pelayanan yang diberikan PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 ke pemegang polis buruk. Hal ini karena pelayanan penerimaan telepon dari pelanggan yang kurang baik dan cepat serta kurangnya kemampuan karyawan

untuk cepat tanggap terhadap keluhan dan masalah yang disampaikan oleh nasabah.

Menurut Phillip Kotler dan Garry Armstrong untuk memperoleh keunggulan kompetitif atau keunggulan bersaing dari diferensiasi servis, perusahaan dapat memberikan dengan penyerahan yang cepat, nyaman atau cermat kepada konsumen, serta pemasangan yang dapat membedakan sebuah perusahaan dari perusahaan lain. Lebih lanjut lagi perusahaan dapat membedakan diri lewat servis perbaikan.⁵ Terlihat dalam memberikan pelayanan kepada pemegang polis, menurut penulis perusahaan PT. Prudential kurang baik dan profesional, padahal pelayanan pada saat melakukan transaksi merupakan hal yang menjadi perhatian seorang pemegang polis karena menciptakan *image* untuk perusahaan. Servis tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Servis berarti mengerti, memahami dan merasakan sehingga penyampaikannya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi perusahaan dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha tidak akan diragukan lagi.

C. Diferensiasi Personil

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan kepada pemegang polis terkait *attitude* atau kemampuan menjual dari agen PT. Prudential Kantor Agency Cabang Kudus 1 kepada calon nasabah menunjukkan bahwa *attitude*

⁵ Mengenai diferensiasi servis dapat dilihat dalam Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing 7e*, Terj. Alexander Sindoro, "Dasar-dasar Pemasaran", Jakarta: Prenhallindo, 1997, hlm. 256.

ataupun kemampuan menjual dari agen Prudential dalam menawarkan produknya diberikan dengan baik. Hal ini karena menurut para pemegang polis agen Prudential memperlakukan nasabah/pemegang polis secara adil, transparan dan jujur serta memberikan pelayanan yang tinggi. Selain itu juga menjaga informasi rahasia nasabah dengan baik dan menggunakannya sesuai dengan tujuannya. Terlebih lagi, selalu memberikan informasi dan memberikan pelayanan kepada nasabah untuk meninjau ulang manfaat asuransi yang dimiliki nasabah dan memberikan saran dalam melakukan perubahan atas manfaat asuransinya yang dimiliki pemegang polis yang disesuaikan dengan kebutuhan pemegang polis tersebut.

Tetapi sebagian pemegang polis ada yang berpendapat bahwa *attitude* ataupun kemampuan menjual dari agen PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 dalam menawarkan produknya kepada calon nasabah sedang-sedang saja, karena menurut pemegang polis agen kurang memberikan informasi yang akurat mengenai produk asuransinya baik ciri, manfaat, termasuk tagihan-tagihan dalam produk asuransi syariahnya saat menjual produknya. Adapun juga pemegang polis yang berpendapat bahwa kemampuan agen Prudential dalam menjual atau menawarkan produk asuransi PRU syariah kepada nasabah diberikan dengan buruk . Hal ini karena agen Prudential tersebut kurangnya akhlak yang baik, padahal produk yang dijual adalah produk berbasis syariah.

Dalam teori diferensiasi personil seharusnya perusahaan menyeleksi secara hati-hati orang yang akan berhubungan dengan pelanggan dan benar-

benar melatih mereka. Pengembangan sumber daya manusia merupakan usaha yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja sekarang dan yang akan datang dengan meningkatkan kemampuan mereka serta kesesuaian akhlak dengan produk yang dijual. Maka, menurut penulis untuk mencapai tujuan tersebut menjadi seorang agen asuransi harusnya bisa menjalin hubungan yang khusus antara agen dengan konsumen, tidak lagi hanya berorientasi pada hubungan ekonomi semata namun juga dapat berubah menjadi hubungan khusus seperti persahabatan. Logikanya, dari jalinan hubungan khusus tersebut akan berpeluang memunculkan efek-efek yang dapat menguntungkan perusahaan. Secara tidak langsung, hubungan khusus tersebut dapat dijadikan indikator tingkat kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan terkait dengan produk tersebut.

D. Diferensiasi Citra

Dari hasil wawancara, sebagian besar nasabah berpendapat bahwa citra perusahaan PT. Prudential Life Assurance baik dimata mereka (pemegang polis) asuransi PRU syariah. Hal ini karena PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 mempunyai citra sebagai pelopor dalam hal Asuransi *Unit Link* berbasis syariah di Kota kudus, apalagi kelengkapan produk dari asuransi PRU syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga memiliki kepercayaan dengan asuransi syariah Prudential. Selain itu, menurut para pemegang polis, Prudential juga memiliki citra slogan unik yang selalu menjadi ingatan dibenak mereka, yaitu slogan “*always*

listening always understanding”, yakni selalu mendengarkan dan selalu memahami. Maksud dari slogan tersebut yaitu selalu mendengarkan dan selalu memahami apa yang dibutuhkan masyarakat dengan memberikan produk dan tingkat pelayanan sesuai yang diharapkan nasabah.

Citra dapat membedakan mereka dengan pesaing. Ketika pesaing menawarkan bentuk yang serupa, pembeli akan menganggap berbeda berdasarkan pada citra perusahaan atau merek. Sebuah perusahaan tidak dapat menanamkan citra dalam benak masyarakat dalam sekejap hanya menggunakan beberapa iklan. Diferensiasi citra dapat diperoleh melalui simbol dan slogan. Simbol dan slogan dapat menyediakan pengenalan perusahaan atau merek yang kuat dan membedakan citra, simbol atau slogan yang dipilih harus dikomunikasikan lewat iklan yang menyampaikan kepribadian perusahaan atau merek.⁶

Menurut penulis, citra yang dimiliki oleh PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 sudah baik di mata konsumen, terlihat dengan citra yang dimiliki oleh perusahaan, perusahaan Prudential dapat menarik minat calon nasabah dan mempunyai kepercayaan dari calon nasabah terkait asuransi syariahnya. Apalagi perusahaan juga mempunyai slogan yang unik yang selalu jadi ingatan di benak masyarakat baik nasabah maupun calon nasabah. Disini letak perbedaannya, PRU syariah Prudential telah mempunyai posisi yang kuat dalam benak konsumen karena citra tersebut, meskipun banyaknya pesaing yang bermunculan di kota Kudus.

⁶ *Ibid.*, hlm. 258

Apalagi PRUsyariah bisa jadi alternatif pilihan proteksi bagi pemeluk agama islam yang menginginkan produk yang sesuai hukum islam dan pemeluk agama non islam yang menginginkan produk yang adil.

Dengan demikian karakteristik keunggulan dari diferensiasi citra, sistem asuransi PRUsyariah tersebut telah mampu meningkatkan pertumbuhan omset perusahaan PT. Prudential Life Assurance Kantor Agency Cabang Kudus 1 dan *customer* syariahnya secara signifikan.