

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara Kepada Kepala Unit Keuangan :

1. Apa saja produk di AJ Syariah Bumiputera?
2. Bagaimana cara AJ Syariah Bumiputera dalam mempromosikan produk-produknya?
3. Apa saja kelebihan dan kelemahan setiap produk?
4. Bagaimana AJ Syariah Bumiputera memilih kriteria sasaran atau wilayah yang menarik?
5. Strategi promosi *personal selling* seperti apa yang dilakukan AJ Syariah Bumiputera pada produk mitra iqra' plus?
6. Kelebihan dan kekurangan promosi *personal selling*?
7. Pengaruh promosi *personal selling* pada minat nasabah?
8. Apakah ada pengaruh atau dampak bagi peningkatan jumlah nasabah asuransi mitra iqra' plus setelah menggunakan strategi promosi *personal selling*?
9. Apa saja kendala yang dihadapi ketika melakukan promosi *personal selling*?
10. Bagaimana solusi AJ Syariah dalam mengatasi kendala?
11. Apakah sering diadakan pelatihan khusus bagi karyawan khususnya marketing?

Daftar Pertanyaan Wawancara kepada Karyawan :

1. Bagaimana peran agen dalam perusahaan?
2. Pembinaan seperti apa yang perusahaan sudah berikan terhadap agen asuransi?
3. Bagaimana seorang agen memotivasi dirinya agar lebih produktif dalam mencari calon nasabah melalui personal selling?
4. Ada berapa agen di kantor AJ Syariah Bumiputera?
5. Apa daya tarik produk mitra iqra' plus?
6. Bagaimana seorang agen dapat mempertahankan loyalitas nasabah mitra iqra' plus?
7. Bagaimana seorang agen melakukan pengembangan kualitas kerjanya ditengah persaingan?
8. Bagaimana seorang agen menangani berbagai kendala saat memasarkan produk asuransi?
9. Solusi seperti apa yang dilakukan agen untuk mengatasi kendala tersebut?

DESKRIPSI WAWANCARA

A. Wawancara Bapak Widyanarto : Kepala Unit Keuangan

1. Apa saja produk di AJ Syariah Bumiputera?

Bapak Widyanarto : Untuk Asuransi Individu ada Mitra Iqra' Plus (dana pendidikan), Mitra Mabru Plus (persiapan haji), Unit Link Syariah (investasi), dan Assalam (jiwa/kematian). Untuk Asuransi Kumpulan ada Asuransi Kredit dan Asuransi Kecelakaan.

2. Bagaimana cara AJ Syariah Bumiputera dalam mempromosikan produk-produknya?

Bapak Widyanarto: Untuk saat ini melalui mitra kerja, agen namanya, dan bisa melalui brosur bisa melalui media radio dan koran, tapi untuk media televisi belum karena orang untuk tertarik ke media televisi itu jarang. Biasanya dari mulut ke mulut atau melalui nasabah.

3. Apa saja kelebihan dan kelemahan setiap produk?

Bapak Widyanarto : Tidak bicara kelemahannya ya, karena setiap produk ada keunggulannya dengan produk lain.

4. Bagaimana AJ Syariah Bumiputera memilih kriteria sasaran atau wilayah yang menarik?

Bapak Widyanarto : Kriteria Umum untuk Mitra Iqra' Plus sasaran yang berkeluarga, punya anak kecil, secara ekonomi mampu dan berminat. Tapi minat tidaknya kan kita harus tawarkan dulu, kadang-kadang kita tawarkan nggak minat juga bisa dan kita tawarkan yang langsung minat juga ada. Kalau untuk Mitra Mabru sarannya kan

orang-orang yang ada niatan untuk haji/umroh, nah mereka mempersiapkan dana istilahnya untuk nabung supaya saat terjadi resiko dia tidak memberatkan ahli waris.

5. Strategi promosi *personal selling* seperti apa yang dilakukan AJ Syariah Bumiputera pada produk mitra iqra' plus?

Bapak Widyanarto : Kan dari kantor pusat sudah diberikan produk, produk itu lalu kita training atau kita jelaskan kepada mitra kerja/agen untuk disampaikan kepada nasabah. Tapi kalau untuk ke lapangan langsung, mitra kerja punya trik/cara sendiri, bisa di mix atau dicampur antar produk, misalkan agen menawarkan produk Mitra Mabrur plus dan kebetulan yang ditawarkan ini punya anak kecil jadinya bisa sekalian menawarkan produk Mitra Iqra' plus atau misalkan kita tawarkan ke calon nasabah dan ternyata beliau punya perusahaan bisa juga kita tawarkan untuk menggunakan asuransi Kumpulan buat karyawannya. Jadi bisa bermacam-macam modelnya, cuma kalau untuk presentasi khusus itu semuanya masing-masing personal.

6. Kelebihan dan kekurangan promosi *personal selling*?

Bapak Widyanarto : Untuk kelebihannya; produknya bisa dijelaskan sampai detail dan nasabah sampai paham betul tentang produk yang ditawarkan, kalau sudah masuk jadi nasabah pelayanan bisa melalui transfer atau bisa melalui mitra kerja, dan selama ini kalau ada klaim nasabahnya dibantu oleh mitra kerja. Untuk kekurangan; mengatur

waktunya, karena kunjungan sehari bisa 5 kali kunjungan. Orang Indonesia kan belum familiar tentang asuransi, kesadaran mereka tentang asuransi masih rendah. Mereka baru mau masuk asuransi kalau ditawari. Beda dengan Jepang atau negara Eropa, disana masyarakatnya sudah sadar dengan kebutuhan berasuransi. Nah kalau di kita ada yang sudah paham dan kemudian tanpa didatangi mitra kerja pun sudah datang sendiri ke kantor untuk membeli produk asuransi yang dibutuhkan. Tapi rata-rata kita harus berupaya menjemput bola agar masyarakat tertarik pada produk asuransi, kalau setelahnya tertarik baru mereka mau masuk

7. Pengaruh promosi *personal selling* pada minat nasabah?

Bapak Widyanarto : Kalau sudah ditawarkan atau sudah paham produk, terus kemudian dia butuh ya langsung masuk jadi nasabah asuransi. Kalau cuma nyebar brosur kebanyakan orang tidak tertarik, tapi ketika kita dateng dan silaturahmi dulu nanti kita nggak bisa nyentuh produk, kita harus ngajak ngobrol dan mencari tahu apa yang dia butuhkan. Jadi kita tidak bisa asal menawarkan produk tersebut. Kalau di kita melihat dulu kira-kira anak calon nasabah itu ada anak kecilnya, nah kita masuknya di Mitra Iqra' Plus, dan atau ketika calon nasabah itu mau masuk haji nah kita masuknya di Mitra Maburr Plus.

8. Apakah ada pengaruh atau dampak bagi peningkatan jumlah nasabah asuransi mitra iqra' plus setelah menggunakan strategi promosi *personal selling*?

Bapak Widyanarto :Ya pengaruh, kalau semakin banyak ditawarkan, katakanlah kita seperti jaring ikan ya kita sebar jarring kita sampaikan ke nasabah produknya makin banyak dan meskipun ikan itu ada yang nggak ketangkap. Tapi paling nggak ada beberapa orang yang bisa ikut, katakanlah kita datangi 10 orang 2 orang bisa masuk. Untuk produk itu kan ditawarkan ke *personal selling*, jadi misalkan sudah ikut asuransi kita tawarkan lagi ke produk lain yang berminat pun bisa juga. Jadi tidak hanya cari diluar, yang sudah minat pun bisa ditawarkan lagi dengan produk yang berbeda.

9. Apa saja kendala yang dihadapi ketika melakukan promosi *personal selling*?

Bapak Widyanarto : Kendalanya saat ditawari ada beberapa konsumen itu yang sudah ikut asuransi di kantor lain atau ada juga alasan mereka yang tidak ada dana. Terutama kendalanya ada di pesaing, karena pesaing biasanya akan menggunakan cara saling menjelekkkan asuransi lain

10. Bagaimana solusi AJ Syariah dalam mengatasi kendala?

Bapak Widyanarto : Kita jelasin lagi tentang berita-berita yang keluar udah dari lama itu, sebenarnya klaim lancar dan kita tunjukkan aja bahwa semua klaim telah dibayarkan sesuai kesepakatan awal. Walaupun paling kalau mundur hanya 1 minggu atau beberapa hari saja. Tapi tetap kami pasti membayarkan untuk semua klaim, mau

tahapan, meninggal dunia atau habis kontrak dengan catatan semua syarat lengkap.

11. Apakah sering diadakan pelatihan khusus bagi karyawan khususnya marketing?

Bapak Widyanarto : Pelatihan untuk agen itu biasanya hanya ketika ada agen baru, sebelum terjun kelapangan secara langsung mereka akan dibekali dulu produk-produk asuransi yang ada disini

B. Wawancara Ibu Kasri Lestari : Agen Manajer

1. Bagaimana peran agen dalam perusahaan?

Ibu Kasri : Ujung tombaknya perusahaan. Dana masuk kan dari situ, sedangkan kalau gak ada agen/marketing perusahaan itu mati.

2. Pembinaan seperti apa yang perusahaan sudah berikan terhadap agen asuransi?

Ibu Kasri : Pembinaannya itu awalnya diberitahu tentang produk-produk yang ada disini biar kalau kita mulai cari produksi nggak bingung apa yang harus dilakukan.

3. Apa tahapan yang paling pertama ketika akan mengunjungi calon nasabah?

Ibu Kasri : Pertama yang kita lakukan adalah mencari nasabah dari berbagai rekomendasi. Bisa melalui telepon, email, promosi iklan di koran atau radio, dari teman, saudara, bahkan bisa dari mulut ke mulut nasabah yang sudah bergabung disini. Setelah kita mendatangi prospek, kemudian kita bisa menilai karakter calon nasabah tersebut.

Ketika datang, kita silaturahmi dulu karena kita nggak bisa langsung nyentuh untuk membicarakan produk. Kita harus ngajak ngobrol sampai senyaman mungkin seraya mencari tahu apa yang sedang ia butuhkan. Jadi kita tidak bisa asal menawarkan produk tanpa melihat apa kebutuhannya

4. Bagaimana seorang agen memotivasi dirinya agar lebih produktif dalam mencari calon nasabah melalui personal selling?

Ibu Kasri : Biasanya kita yang memotivasi itu dari reward. Nanti kalau satu dapat, yang lainnya pada cari tahu gimana caranya mendapatkan reward tersebut. Nah itu biasanya yang membuat kita lebih produktif untuk bekerja.

5. Bagaimana seorang agen dapat mempertahankan loyalitas nasabah mitra iqra' plus?

Ibu Kasri : Kalau saya biasanya itu kita tetep menjaga silaturahmi, terutama itu. Ketika nasabah itu dikecewakan kan biasanya akan lari atau pindah ke lain hati, tapi kalau kita berusaha memahami setiap keinginan nasabah dan silaturahmi dijalan terus InsyaAllah mereka akan loyal. Ketika nasabah marah ya kita jangan ikut marah, tapi berusaha didengarkan.

6. Bagaimana seorang agen melakukan pengembangan kualitas kerjanya ditengah persaingan?

Ibu Kasri : Pokoknya kita harus banyakin kunjungan, kalau kita rajin mengunjungi dan menawarkan maka dengan sendirinya kita akan sering bertemu dengan berbagai permasalahan, semakin tajam memahami orangnya masing-masing, dan yang jelas selalu tersenyum dan ikhlas ketika mendapatkan penolakan. Jika presentasi saya sudah selesai ya saya langsung menutupnya dengan cara mengajak ngobrol santai diluar produk yang saya presentasikan tadi. Setelah itu diakhir saya tetap akan menanyakan apakah akan mengambil produk asuransi atau tidak. Apabila calon nasabah berminat maka kita akan melakukan tindak lanjut dan memberitahu semua persyaratan yang dibutuhkan

7. Bagaimana seorang agen menangani berbagai kendala saat memasarkan produk asuransi?

Ibu Kasri : Biasanya menghilangkan rasa malas dari diri kita sendiri. Karena kita dalam satu hari kunjungan belum tentu langsung ketemu, terkadang kalau ada yang menolak itu langsung down. Dari situ memunculkan rasa malas dan rasa jenuh juga.

8. Solusi seperti apa yang dilakukan agen untuk mengatasi kendala tersebut?

Ibu Kasri : Kalau saya biasanya ketika jenuh saya akan berhenti dulu dan menelaah diri sendiri. Jadi ketika nggak ada produksi kan nggak

ada uang, nah dari situ saya harus berjalan lagi untuk produksi. Intinya dari diri sendiri niatnya mau bagaimana.

C. Wawancara Ibu Papit Susilowati : Agen Supervisor

1. Bagaimana peran agen dalam perusahaan?

Ibu Papit : Agen itu ujung tombak perusahaan. Kalau tidak ada agen atau marketing ya perusahaan itu tidak bisa berjalan.

2. Pembinaan seperti apa yang perusahaan sudah berikan terhadap agen asuransi?

Ibu Papit : Dulu itu awalnya kita dijelaskan pengetahuan tentang produk-produk sama ilmu tentang marketing, jadi kita diberitahu gimana caranya jualan produk asuransi dan sekalian bedah produknya biar kalau kita mulai cari produksi nggak bingung apa yang harus dilakukan

3. Bagaimana seorang agen memotivasi dirinya agar lebih produktif dalam mencari calon nasabah melalui personal selling?

Ibu Papit : Motivasinya dari supervisor sama dari kepala cabang. Kalau sekarang saya sih jalan aja ya, semangatnya ya kalau kita nggak produksi ya nggak dapet duit.

4. Bagaimana seorang agen dapat mempertahankan loyalitas nasabah mitra iqra' plus?

Ibu Papit : Disini sih kita pendekatan secara pribadi. Pelayanan kita juga harus baik, seumpamanya nasabah butuh sesuatu langsung kita

sanggupin dan datang tepat waktu untuk silaturahmi ke rumah nasabah.

5. Bagaimana seorang agen melakukan pengembangan kualitas kerjanya ditengah persaingan?

Ibu Papit : Kita diharuskan untuk meningkatkan kemampuan tentang menguasai produk-produk itu. Kalau kita sampai nggak tau apa-apa tentang produk kita sih bisa pong-pong bolong nggak tau apa-apa di depan nasabah yang sedang mengajukan pertanyaan atau keberatan, nanti yang ada kita malah malu sendiri

6. Bagaimana seorang agen menangani berbagai kendala saat memasarkan produk asuransi?

Ibu Papit : Kendalanya di calon nasabah atau nasabah kita sendiri yang tiba-tiba dengar berita berita jelek tentang bumiputera syariah yang mau bangkrut atau mau tutup, nah itu biasanya nasabah langsung menghubungi ke agen yang terdekat dan kita langsung konfirmasi menjelaskan tentang kebenaran berita itu. Padahal berita itu untuk bumiputera konvensional bukan yang syariah, kadang nasabah itu tidak sadar bahwa mereka ikut asuransi syariah bukan yang konvensional

7. Solusi seperti apa yang dilakukan agen untuk mengatasi kendala tersebut?

Ibu Papit : Tetap komunikasi dengan baik sama nasabahnya dan menjelaskan tentang semua berita jelek yang beredar.

8. Kriteria seperti apa yang digunakan oleh AJ Syariah Bumiputera dalam memilih sasaran wilayah/ nasabah yang menarik?

Ibu Papit : Kalau wilayah sih terserah, kalau sasaran untuk mitra iqra yang berkeluarga dan punya anak. Terus kalau yang udah tertarik biasanya dari mulut ke mulut nasabah, biasanya nasabah yang rekomendasiin ke kita tentang teman/tetangganya yang ingin berasuransinya.

9. Bagaimana strategi promosi personal selling produk mitra iqra plus yang dilakukan AJ Syariah Bumiputera?

Ibu Papit : Untuk strateginya gak ada yang khusus sih, kita hanya menjelaskan tentang produknya dan juga keunggulannya. Karena yang paling penting itu bagaimana kita menyampaikan ke calon nasabah.

10. Kelebihan dan kekurangan promosi *personal selling*?

Ibu Papit : Kelebihannya kita langsung tatap muka ke calon nasabah. Untuk kekurangannya itu di waktu karena kelamaan di jalan dan tenaga.

11. Pengaruh promosi personal selling pada minat nasabah?

Ibu Papit : 50:50, kadang kita nemuin orang yang belum minat dan juga kalau yang minta langsung gabung, entah nanti bulan depan atau ngumpulin uang dulu.

D. Wawancara Bapak Hendarsyah Eka Saputra : Administrasi

1. Bagaimana peran agen dalam perusahaan?

Bapak Hendar : Saya dari versi admin ya, peran agen ini pada dasarnya untuk mencari produksi pasar, ya nanti hasilnya secara umum di kantor. Semua administrasi apapun bentuknya baik dari aplikasi itu kantor yang mengelola. Intinya agen itu cari pasar dan memproduksi setiap bulannya ya.

2. Pembinaan seperti apa yang perusahaan sudah berikan terhadap agen asuransi?

Bapak Hendar : Pembinaannya secara umum yang utama adalah harus mempunyai lisensi keagenan dulu karena dengan adanya lisensi keagenan dapat dicatat siapa agen ini dan dimana perusahaan ia bekerja. Jadi kalau nggak punya lisensi berarti secara tidak langsung agen itu adalah agen ilegal

3. Bagaimana seorang agen memotivasi dirinya agar lebih produktif dalam mencari calon nasabah melalui personal selling?

Bapak Hendar : Yang memotivasi adalah reward, nah reward ini macam-macam. Reward dari kantor kita sendiri dalam fase tertentu nanti akan dikasih reward, lalu disanjung oleh orang itu atau dihormati mereka agar lebih semangat. Ada juga yang prinsipnya nyari uang, jadi dia nggak peduli tentang reward-reward itu yang penting nyari uang.

4. Ada berapa agen di kantor AJ Syariah Bumiputera?

Bapak Hendar : Ada sekitar 30 orang karena banyak yang keluar masuk dan datangnya jarang. Mereka datangnya 2 minggu sekali atau bahkan sebulan sekali yang penting produksinya lancar.

5. Sosialisasi apa yang sudah dilakukan hingga produk mitra iqra lebih unggul di antara competitor lainnya?

Bapak Hendar: Kalau sosialisasi para agen ini yang melakukan. Kalau kita menyarankan datang ke sekolah atau karena ini sistemnya individu berarti agen harus mengetahui si calon ini mempunyai potensi nggak untuk minat asuransi dan ada dananya nggak, dananya itu nggak hanya sekali tapi untuk berkelanjutan. Untuk cara bayarnya bisa triwulan, dan kita akan melihat selama itu apa masih mampu untuk membayar atau tidak.

6. Apa daya tarik produk mitra iqra' plus?

Bapak Hendar : Jika misalnya orang tua si anak ini meninggal dengan catatan pembayarannya lancar, klaim meninggal dan tahapan-tahapan si anak itu tetap akan kita berikan. Jadi misalnya pas anaknya usia 6 tahun dan orang tuanya meninggal yaudah berarti kan pertama klaim meninggalnya kita berikan sebagai santunan, habis itu nggak usah bayar tapi anak itu masih berhak menerima tahapan-tahapan, kalau pun tahapan yang sd udah ngambil berarti tahapan smp sampai kuliah harus siap ngambil tanpa iuran pembayaran dengan catatan pembayaran lancar

7. Bagaimana seorang agen dapat mempertahankan loyalitas nasabah mitra iqra' plus?

Bapak Hendar: Faktor utama pelayanan. Pelayanan dalam penyampaian agen pada nasabah.

8. Bagaimana seorang agen melakukan pengembangan kualitas kerjanya ditengah persaingan?

Bapak Hendar: Ya pendidikan dan pelatihan. Agen mau nggak mau harus belajar untuk semua produk. Sepinter-pinternya agen, sesenior-seniornya agen kalau nggak mau belajar ya sama aja bohong karena kita ada perubahan-perubahan, agen mau nggak mau harus mengikuti perkembangan tersebut.

9. Bagaimana seorang agen menangani berbagai kendala saat memasarkan produk asuransi?

Bapak Hendar : Review ulang, nasabah kan macem-macem, nah kendalanya di apa dan produk yang ditawarkan itu apa. Jangan sampai agen itu salah menawarkan produk. Untuk internalnya harus belajar lagi tentang produk-produk tersebut.

10. Solusi seperti apa yang dilakukan agen untuk mengatasi kendala tersebut?

Bapak Hendar : Intinya solusinya hanya belajar lagi atau bedah produk agar tidak salah menawarkan produk pada calon nasabah.

Data Struktur Organisasi

Data Organisasi Unit Yogya 1

KC Syariah Yogyakarta

No	Nama	Jabatan
I	GALUH SRI SUDARWATI	AD
1	SITI CHOIRIYANI	WA
2	FAHDIYAEN PANGESTI REZALNI	WA
3	PRASETYARINI	WA
4	SASMITO TUNGGUL S	WA
5	SUDARTA	WA
6	FATMIANI	WA
II	KRISNIWIDAYATI	AM
1	NANIK HARTATI	AS
2	DRS. H. KASMAN RAFASIA	AS
3	PAPIT SUSILOWATI	AS
4	SULISTIYOWATI	WA
5	DIANA WIRYANTI, S.AG	WA
6	ISDIYANTI	WA
7	NURUL MUKTI BULAN PURNAMA, SSI	WA
8	SETIYAKA, S.SOS	WA
9	AYU SAPUTRI	WA
10	NUNUN EKA YUNIARTI, SIP	WA
11	NURWAHYUDI UTOMO	WA
12	TITA SETYANINGSIH	WA
13	ARYANI	WA
III	KASRI LESTARI, SE	AM
1	JOKO SANTOSO, S.SOS	AS
2	SIGIT SUJARWO	WA
3	SRI YATMI	WA
4	DIANAWATI, S.PT	WA
5	SETYARINI MUSLIMAH, SP	WA
6	SARJIMAN	WA
7	SUPRIYADI	WA
IV	ROHMIANA	AM
1	TRI HARJONO	WA
2	SURANI RESTU WARDOYO	WA
V	LUTFI SOFIATI	AM
1	SRI PALUPI LISTIYANI	AS

2	SITI HIDAYAH MUSLIMAH, DRA	AS
3	ERNI INDRIYANI, ST	WA
4	RUVAIZA, SH	WA
5	EKA DINA ROFIKA	WA
6	SRI KURNIATY, SE	WA
VII	DARSONO	AM
1	RR. YUNITA PUSPANDARI	WA
2	SINUNG WIDODO	WA
3	NIMATIKAWATI	WA
4	HARI ISTIANTO	WA
VIII	DYNA PUTERI OKTIAN	AM

A. Foto Bapak Hendarsyah Eka Saputra selaku Administrasi



B. Foto Bersama Bapak Widyanarto selaku Kepala Unit Keuangan



C. Foto Bersama Bapak Widyanarto dan Ibu Kasri Lestari



D. Foto Bersama Ibu Papit Susilowati



RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Nanda Andreana Putri

Tempat/tanggal lahir : Sleman, 27 Maret 1996

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Semawung, Sumberrejo, Tempel, Sleman, Yogyakarta

No. Telepon : 085869709776

Email : Nanda.andreana@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Aba Ngabean 1
2. SD Muhammadiyah Ngabean 1
3. SMP N 2 Tempel
4. SMA N 1 Tempel
5. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta