

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Umum PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai

PT. Prudential Life Assurance (*Agency Prusyariah Prestacy Agency*) yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut PT Prudential Life Assurance cabang Binjai ini sesuai dengan akta pendiriannya didirikan pada tahun 2015 dan sebenarnya merupakan kantor cabang yang focus sebagai tempat menaungi para tenaga pemasar dan pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan strategi pemasaran maupun lokasi training para tenaga pemasar dan hanya menjual produk syariah saja. Kantor ini merupakan hasil dari jerih payah dan upaya Ibu Henny Irawaty selaku Komisaris untuk dapat membangun lingkungan terdekat bagi tenaga pemasar yang berdomisili di daerah binjai dan sekitarnya sekaligus bertujuan untuk meluaskan jangkauan para target pasar di daerah binjai dan sekitarnya agar merasa aman dan nyaman karena memiliki fasilitas pengaduan dan pelayanan terdekat. Pendirian lingkungan yang berfokus sebagai tempat pertemuan maupun training para agen ini juga bertujuan untuk membangun semangat berasuransi syariah di kota binjai ini, baik dari sisi nasabah maupun tenaga pemasar agar kegiatan berasuransi syariah ini tetap dapat berjalan setidaknya di kota binjai ini. Meski demikian, PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai ini tetap dapat menjalankan fungsi-fungsi kantor cabang seperti melayani customernya untuk berbagai layanan dan produk prudential syariah yang ada serta membantu memberikan solusi serta informasi dan arahan kepada nasabah konvensional yang memiliki kendala terkait urusan administrasi yang nantinya akan diarahkan ke kantor pusat maupun kantor Prudential Konvensional untuk menindaklanjuti permasalahan yang ada.

Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang berbasis dan fokus pada penjualan produk asuransi syariah tentunya merupakan induk perusahaan dari Prudential Syariah cabang Binjai. Sebagai hub dari kantor

ini, PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) adalah salah satu divisi dari Prudential plc, sebuah perusahaan jasa keuangan ternama di Inggris yang didirikan pada tahun 1995. Prudential Indonesia berdedikasi untuk memperluas bisnisnya di Indonesia dengan menggabungkan pengalaman global Prudential dalam industri asuransi jiwa dengan pemahaman masyarakat lokal. praktik bisnis. Prudential Indonesia berdedikasi untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia dan merupakan anggota dari perusahaan dengan pengalaman lebih dari 168 tahun di bidang asuransi jiwa. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendaftarkan dan mengawasi Prudential Indonesia sebagai perusahaan di sektor jasa keuangan dengan maksud agar seluruh kegiatan jasa keuangan di sektor jasa keuangan terselenggara secara tertib, adil, transparan, dan akuntabel serta mampu mewujudkan sistem keuangan yang tumbuh secara berkelanjutan dan mantap serta mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat (Pasal 4 UU OJK).

Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 241/KMK.017/1995, Surat Menteri Keuangan Nomor S.191/MK.6/2001, S.614/MK.6/2001, dan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. Menteri Keuangan Nomor S.9077/BL/2008/2007, semuanya tertanggal antara 6 Maret sampai dengan 19 Desember 2001, dan Surat Menteri Keuangan Nomor S.9077/BL/2008/2007, semuanya bertanggal antara 23 Oktober dan Desember Berdasarkan Surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM, usaha tersebut juga memiliki izin usaha Unit Syariah. 10/2007 diterbitkan pada tanggal 20 Agustus 2007. Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk produk ini di Indonesia sejak memperkenalkan polis asuransi unit link pertamanya pada tahun 1999.

Dalam hal ini, diketahui bahwa PT Prudential Life Assurance cabang Binjai ini berada dibawah naungan kantor pusat yang cukup besar dan kuat di industri asuransi yang tentu akan memfasilitasi dan mengawasi serta mengarahkan perkembangan dan kegiatan PT Prudential Life

Assurance cabang Binjai ini dengan cukup baik agar mencapai tujuan dasar yang sama

2. Produk Asuransi Syariah Prudential

Adapun beberapa contoh produk asuransi syariah dari Prudential Indonesia adalah sebagai berikut.

a. PRUCinta

Merupakan produk dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia), Asuransi Jiwa PRUCinta Syariah (PRUCinta) menawarkan perlindungan menyeluruh selama 20 tahun kepesertaan terhadap bahaya kematian dan kematian karena kecelakaan. Asuransi jiwa tradisional tanpa komponen investasi atau sambungan unit disebut PRUCinta. Premi peserta selanjutnya hanya akan digunakan untuk pembayaran perlindungan asuransi.

b. PRUcerah

PRUcerah Life Insurance adalah program asuransi jiwa syariah yang menawarkan manfaat seperti dana untuk pendidikan lanjutan dan manfaat dalam bentuk penarikan tunai satu kali dan empat tahun. Selain itu, polis ini menawarkan pembayaran bebas iuran jika terjadi kematian, cacat total dan tetap, atau terkena penyakit berat untuk menjamin kelangsungan pendidikan anak. Selama polis masih berlaku, produk ini tersedia dalam mata uang rupiah dan menawarkan manfaat asuransi.

c. PRUSolusi Sehat Syariah

PRUSSolusi Sehat Syariah merupakan produk asuransi kesehatan perorangan dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang memberikan perlindungan berupa pembayaran manfaat asuransi kesehatan sesuai tagihan rumah sakit untuk sebagian besar manfaat sesuai plan yang dipilih.

d. PRUPersonal Accident Death & Disablement Syariah

Produk asuransi kecelakaan bernama PRUPersonal Accident Death & Disablement Syariah melindungi peserta yang menjadi cacat atau meninggal dunia akibat kecelakaan. Jika peserta yang diasuransikan meninggal dunia dalam suatu kecelakaan atau mengalami cacat tetap akibat kecelakaan tersebut, Asuransi Tambahan Syariah PRUPersonal Accident Death & Disablement yang tersedia dalam mata uang Rupiah menawarkan manfaat tambahan. Peserta yang diasuransikan harus berusia antara 1 hari (usia sebenarnya) dan 65 tahun (ulang tahun berikutnya) untuk memenuhi syarat untuk mendapatkan Asuransi Tambahan Syariah Kecelakaan & Kecacatan Pribadi PRUP. Manfaat asuransi akan diberikan hingga peserta bertanggung mencapai usia 55/60/65/70 tahun (usia sebenarnya), tergantung preferensi pemegang polis.

e. PRUHospital & Surgical Cover Plus Syariah

Selama peserta yang diasuransikan menjalani perawatan di rumah sakit atau klinik, Asuransi Tambahan Syariah PRUHospital & Surgical Cover Plus, yang tersedia dalam mata uang Rupiah, menawarkan manfaat yang mencakup ketujuh biaya rawat inap, unit perawatan intensif (ICU), dan operasi sesuai dengan rencana yang dipilih. Peserta yang diasuransikan harus berusia antara satu bulan (usia sebenarnya) dan 65 tahun (ulang tahun berikutnya), dengan keikutsertaan diberikan sampai peserta yang diasuransikan mencapai usia 55/65/75 tahun, agar memenuhi syarat untuk PRUHospital & Surgical Cover Plus Asuransi tambahan syariah (sesuai dengan pilihan Pemegang Polis).

f. PRUMed Cover Syariah

Jika Anda dirawat di rumah sakit, Asuransi Tambahan PRUMed Cover Syariah yang ditawarkan dalam mata uang Rupiah ini menawarkan manfaat rawat inap harian, perawatan ICU, dan pembedahan. Kekhususan manfaat ini diuraikan dalam aturan polis. Peserta Tertanggung harus berusia antara 15 hari (usia sebenarnya)

dan 64 tahun (ulang tahun berikutnya) agar memenuhi syarat untuk mendapatkan asuransi tambahan PRUMed Cover Syariah. Kepesertaan diberikan sampai Peserta Tertanggung berusia 55 atau 65 tahun (keputusan Pemegang Polis).

g. PRUPrime Healthcare Plus Syariah

Sesuai polis yang dipilih oleh pemegang polis, Asuransi Tambahan PRUPrime Healthcare Plus Syariah yang tersedia dalam mata uang Rupiah, membayarkan manfaat asuransi kesehatan berdasarkan tagihan rumah sakit untuk sejumlah manfaat dalam Tabel Manfaat PRUPrime Healthcare Plus Syariah. Batas Manfaat Tambahan Tahunan PRUPrime Healthcare Plus Syariah dapat ditingkatkan dengan bantuan Penguat Batas PRUPrime. Peserta yang diasuransikan harus berusia antara satu bulan (usia sebenarnya) dan tujuh puluh tahun (ulang tahun berikutnya), dengan keikutsertaan diberikan sampai dengan usia peserta yang diasuransikan adalah 55, 65, tujuh puluh lima, delapan puluh lima, atau sembilan puluh sembilan tahun (sesuai pilihan Pemegang Polis).

h. RUCritical Hospital Cover Syariah

Perlindungan Tambahan Tersedia dalam mata uang Rupiah, RUCritical Hospital Cover Syariah menawarkan pembayaran manfaat asuransi kesehatan secara komprehensif untuk 12 Kondisi Kritis sesuai dengan Tabel Partisipasi Kondisi Kritis, mencakup biaya pada setiap tahap pengobatan dimulai dengan Manfaat Rawat Inap dan/atau Prosedur Pembedahan, Manfaat Rawat Jalan, Manfaat Khusus, dan Manfaat Santunan Perawatan Kesehatan sesuai dengan Plan yang dipilih berdasarkan Manfaat Syariah RUCritical Hospital Cover. Peserta yang diasuransikan harus berusia antara satu bulan (Usia Sebenarnya) dan enam puluh lima tahun (Ulang Tahun Berikutnya), dengan partisipasi tersedia sampai peserta yang diasuransikan mencapai usia lima puluh lima, enam puluh lima, tujuh

puluh lima, atau delapan puluh -lima tahun (Usia Aktual), tergantung preferensi pemegang polis.

i. PRUJuvenile Crisis Cover Syariah

Islamic Law Early Stage Crisis Cover Plus (ESCC Plus), polis asuransi tambahan yang ditawarkan dalam mata uang Rupiah, menawarkan perlindungan terhadap risiko kondisi kritis tahap awal. Tanpa harus menunggu penyakit berlanjut ke tahap selanjutnya, klaim dapat diajukan (tahap lanjut). Dalam 3 tahap (awal, menengah, dan akhir), *ESCC Plus* menawarkan perlindungan untuk 112 kondisi kritis (memenuhi kriteria keikutsertaan untuk 9 kondisi kritis pada polis) serta keuntungan tambahan untuk 7 situasi kritis (memenuhi kriteria tabel partisipasi untuk kondisi kritis pada kebijakan)

3. **Visi dan Misi PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai**

Berikut visi dan misi PT Prudential Life Assurance cabang Binjai yaitu :

a. Visi Perusahaan

Melalui pendampingan kantor pemasaran tersendiri yang digabung dengan manajemen profesional, berkembang menjadi agensi yang stabil, sehat, dan kuat.

b. Misi Perusahaan

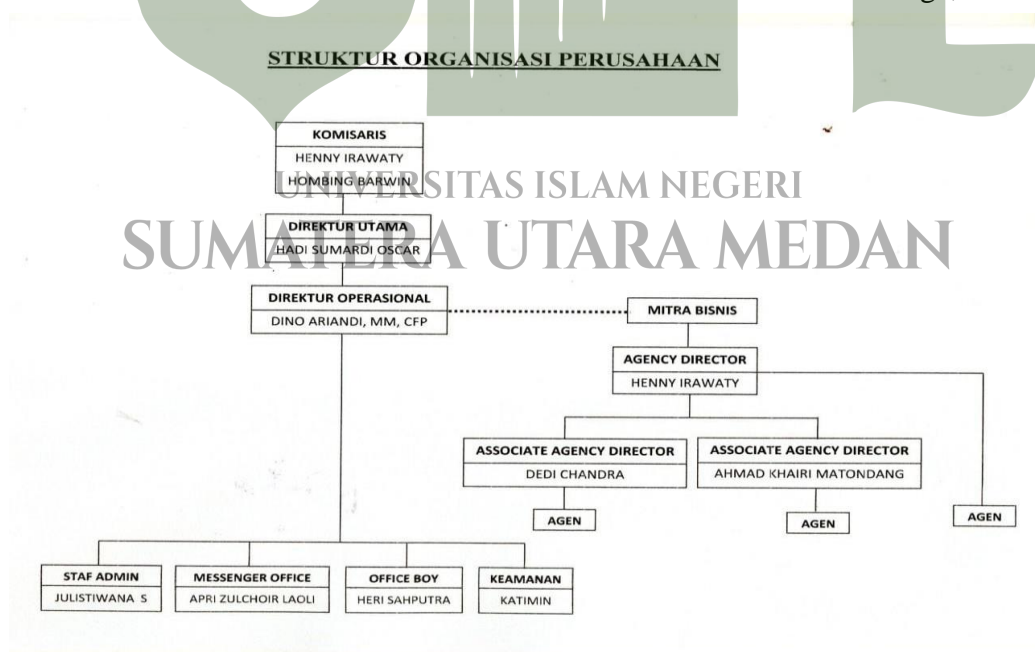
- 1) Memberikan layanan sempurna, produk berkualitas tinggi, tenaga penjualan profesional yang berdedikasi, dan pendapatan investasi yang menarik untuk menjadi perusahaan pembiayaan ritel terbaik di Indonesia, melebihi harapan klien, pemasar, karyawan, dan pemegang saham.
- 2) Menumbuhkan pertumbuhan organisasi yang langgeng melalui praktik manajemen yang unggul dan ide-ide kreatif.
- 3) Meningkatkan tingkat profesionalisme dalam pemberian pelayanan.
- 4) Membangun struktur yang kuat dan terintegrasi untuk menjadi mitra yang dapat dipercaya.

- 5) Mendukung perencanaan keuangan dengan memberi mereka akses ke pendidikan dan pelatihan terbaru.
- 6) Membuat rencana keuangan yang dapat bekerja sama satu sama lain dan dilandasi rasa persatuan.

4. Struktur Organisasi PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Setiap bisnis, publik atau swasta, memiliki struktur organisasi yang menentukan peran dan tanggung jawab yang dimainkan setiap karyawan dalam mencapai tujuan yang ditetapkan dan bagaimana mereka berinteraksi satu sama lain. Adapun data struktur organisasi PT Asuransi Prudential cabang Binjai sebagai berikut:

- 1) Komisaris : Henny Irawaty
- 2) Direktur Utama : Hadi Sumaradi Oscar
- 3) Direktur Operasional : Dino Ariandi, MM, CFP
- 4) Agency Director : Henny Irawaty
- 5) Associate Agency Director : -Dedi Chandra
-Candra Gunawan, S.Hi
- 6) Agent : -Junaidi
-Erna Novilita Sinaga, dll



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Prudential Life Assurance Binjai

5. Job Description Perusahaan

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab setiap bagian pada PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai sebagai berikut :

1) Komisaris

Tugas dan tanggung jawab utama komisaris adalah melakukan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan yang dilakukan oleh direksi.

2) Direktur Utama

Tugas dan tanggung jawab direktur utama adalah mengkoordinasikan visi dan misi perusahaan.

3) Direktur Operasional

Tugas dan tanggung jawab direktur operasional membantu direktur utama untuk mengkoordinasikan visi dan misi perusahaan.

4) Agency Direktur

Tugas dan wewenang agency direktur yaitu merekrut orang baru dan dijadikan agen serta melakukan training kepada agen dan dibina untuk menjadi AAD.

5) Associate Agency Direktur (AAD)

Tugas dan wewenang AAD yaitu merekrut orang baru untuk dijadikan agen dan melakukan training kepada agen dan dibina untuk menjadi AAD.

6) Agen

Tugas dan wewenang agen adalah bertanggung jawab dalam hal penguasaan produk dan segala peraturan yang ditetapkan perusahaan. Disamping itu agen asuransi bertanggung jawab melaksanakan tugas dan berusaha mencapai target yang telah menjadi kesepakatan.

B. Temuan Penelitian

1. Pelaksanaan Strategi Komunikasi Persuasif Leader Dalam Rekrutmen Agen Baru di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dino Ariandi selaku Direktur Operasional PT Prudential Syariah Cabang Binjai menyatakan bahwa merekrut agen sangat penting untuk bisnis asuransi karena agen merupakan 95% dari kontribusi perusahaan. Tenaga pemasar asuransi masih menjadi ujung tombak perusahaan asuransi. Walaupun banyak orang yang bisa membeli produk asuransi secara *online*, tenaga pemasar tetap memiliki peran penting dalam mempromosikan dan menjual produk asuransi kepada masyarakat. Tidak hanya dalam hal merekrut nasabah para leader asuransi juga dilatih untuk merekrut calon agen asuransi. Dalam merekrut agen baru di perusahaan asuransi ini, Prudential Life Assurance cabang Binjai membutuhkan strategi untuk membangun komunikasi antara leader asuransi dan calon agen yang akan direkrut. Strategi yang dilakukan oleh leader tersebut adalah strategi komunikasi persuasif. Menurut beliau berkomunikasi yang baik merupakan salah satu strategi dalam merekrut orang untuk bergabung menjadi agen asuransi.

Salah satu perusahaan asuransi yang menerapkan sistem keagenan adalah PT Prudential Life Assurance. Sistem keagenan diterapkan oleh PT Prudential Life Assurance menjadikan seorang agen sebagai mitra perusahaan dalam memasarkan produk asuransi dan mendapatkan imbal hasil berupa komisi dari penjualan pribadi serta pengembangan jaringan bisnis unit. Seorang agen asuransi juga disebut sebagai jaringan anggota distributor, yang penghasilannya berasal dari penjualan dan merekrut agen baru.

PT Prudential Life Assurance menerapkan jenjang level keagenan yang terdiri atas 3 tingkatan. Level pertama yaitu menjadi seorang agen yang berlisensi kemudian dapat dipromosikan menjadi seorang *Associate Agency Director* (AAD). Tingkatan teratas yang dapat diraih adalah level

Agency Director (AD). Pada level AAD dan AD, seorang agen asuransi telah memiliki unit bisnis dan menjadi seorang leader, dari hasil merekrut orang-orang disekitar maupun nasabah mereka untuk menjadi agen asuransi.

Menurut Ariandi (2023), Leader memiliki peran krusial dalam meningkatkan kinerja dan komitmen agen untuk berproduksi, sehingga memberikan kontribusi pada jumlah penjualan polis di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai. Sehingga, kedekatan interpersonal antara leader dan agen merupakan faktor pendukung keberhasilan mencapai tujuan perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dedi Chandra selaku Leader PT Prudential Syariah Cabang Binjai menyatakan bahwa, setiap leader pasti memiliki karakteristik sendiri dalam melakukan perekrutan agen baru. Agen harus diseleksi secara hati-hati karena jika salah pilih akan memberi dampak pada hubungan perusahaan dan nasabah. Oleh sebab itu, leader harus dapat menyeleksi calon agen yang benar-benar memiliki potensi untuk berkembang. Sebagaimana pernyataan leader (Chandra, 2023) :

“Merekrut agen itu sangat penting karena merekrut agen baru salah satu upaya untuk membesarkan bisnis asuransi. Sebelum merekrut agen baru, leader harus melihat kondisi dan situasi dilapangan dan pada dasarnya leader memiliki karakteristik tersendiri dalam melakukan perekrutan ya dikarenakan setiap orang memiliki tingkat pemahaman terhadap asuransi itu berbeda-beda. Sehingga pesan yang ingin disampaikan harus mudah dipahami dan akurat. Proses perekrutan juga harus hati-hati karena jika salah pilih akan berdampak pada perusahaan dan kepercayaan nasabah”

Dalam merekrut agen baru menyampaikan pesan tujuan dan manfaat produk asuransi kepada calon agen merupakan hal yang sangat sulit. Sehingga pesan tersebut harus disampaikan secara tatap muka agar lebih cepat mengetahui respon dari calon agen yang akan direkrut. Dengan cara

bertatap muka leader lebih leluasa dalam menjelaskan pesan tersebut secara akurat. Berdasarkan pernyataan (Gunawan, 2023) :

“Saya pernah melakukan perekrutan melalui telepon. Saya lebih sering mendapatkan penolakan karena pesan yang ingin saya sampaikan sulit dipahami dan sulit diterima oleh calon agen baru yang akan direkrut. Oleh karena itu karakteristik dalam menyampaikan pesan juga diperlukan agar perekrutan berhasil”

Berdasarkan wawancara dengan Direktur Operasional PT Prudential Syariah Cabang Binjai, Dino Ariandi (2023), strategi perekrutan agen baru Prudential menggunakan dua pendekatan. Pertama melalui leader yang bisa langsung merekrut agen. Kedua, dengan penyelenggaraan *Grand Business Opportunity Program (GBOP)*, yaitu acara sosialisasi bulanan yang berfokus pada sistem kerja agen dan perusahaan, keadaan keuangan dan latar belakang perusahaan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Candra Gunawan selaku Leader di PT Prudential Life Assurance cabang Binjai menyatakan bahwa tugas leader tidak hanya memasarkan produk asuransi saja tetapi sambil merekrut agen baru. Ketika leader prospek menjelaskan kepada calon nasabah tentang produk asuransi syariah yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, jika pihak nasabah tidak mempunyai uang maka leader Prudential Binjai menawarkan untuk menjadi agen asuransi pada PT Prudential Life Assurance cabang Binjai. Sebagaimana pernyataan (Gunawan, 2023) :

“Bisnis di Prudential ini bisa dikatakan tanpa modal, modal awal hanya daftar 100 Nama Calon Nasabah, keinginan untuk berubah lebih sukses dari sebelumnya, semangat, memiliki impian yang besar untuk diwujudkan, berpikir positif dan optimis yakin bisa sukses. Selain itu tahapan yang harus di lalui seorang calon agen adalah mengikuti training Pru Fast Start secara gratis 3 hari berturut-turut atau 4 malam kemudian mengikuti Ujian Sertifikasi Nasional dari Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI) dengan biaya Rp.350.000,- di mana biaya ini bisa cash

di awal atau nanti dicicil jika sudah mendapatkan nasabah dan terakhir mengikuti training-training lanjutan”

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dedi Chandra selaku leader PT Prudential Life Assurance cabang Binjai menyatakan bahwa terdapat strategi komunikasi persuasif yang digunakan leader dalam merekrut calon agen asuransi, yaitu :

1. Dalam proses pencarian, biasanya leader akan mencari calon agen yang sebelumnya sudah dikenal dan dipercaya seperti teman sekantor atau keluarga sehingga memudahkan dalam penjelasan produk asuransi yang akan dijual sehingga lancar dalam komunikasi persuasif tersebut.
2. Ketika proses perekrutan berlangsung leader dapat menceritakan keberhasilan dalam mencapai target yang diberikan Prudential dan bonus perjalanan ke luar negeri sehingga calon agen akan dapat melihat dan memahami alasan kuat dapat bergabung menjadi agen baru di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai.
3. Melakukan perbandingan. Jika agen potensial menolak kandidat selama proses rekrutmen, perbandingan dibuat. Alhasil, leader menarik kesejajaran antara pekerjaan agen asuransi dan pekerjaan pekerja kantor. Kontras yang dibuat oleh leader dapat diamati pada uang yang diperoleh jika ia menjadi agen asuransi dan jam kerja agen asuransi yang tidak terikat.
4. Bertanya dan mendengar. Teknik ini digunakan leader untuk menanyakan kepastian dan hal-hal yang tidak dipahami oleh calon agen pada saat leader menjelaskan prosedur rekrutmen dan mendengarkan pendapat yang disampaikan oleh calon agen.
5. Membangun kredibilitas. Teknik ini dilakukan dengan menjalin hubungan yang baik dengan calon agen guna mendapatkan kepercayaan dari calon agen .

Berdasarkan wawancara dapat disimpulkan bahwa seorang leader harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik terkhususnya komunikasi persuasif. Setiap leader memiliki karakteristik tersendiri dalam melakukan perekrutan, terdapat perbedaan dalam melakukan perekrutan dan menyampaikan tujuan dari asuransi tersebut kepada masing-masing calon agen yang akan direkrut menjadi tenaga pemasara asuransi.

2. Faktor Hambatan Komunikasi Persuasif yang dilakukan Leader Dalam Rekrutmen Agen Baru di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Candra Gunawan selaku leader PT Prudential menyatakan bahwa, setelah berkomunikasi dengan calon agen, beliau mengatakan sering terjadi hambatan saat melakukan perekrutan dikarenakan orang tersebut tidak memiliki pengetahuan tentang asuransi, dan ada juga penolakan secara langsung yang beliau terima karena menurut mereka menjadi agen asuransi adalah hal yang sia-sia, tidak ada kontrak kerja saat menjadi agen asuransi. Beliau mengatakan tidak semua perekrutan yang dilakukan berhasil. Akan ada suatu penolakan yang terjadi walaupun beliau sudah menyampaikan pesan-pesan tersebut kepada orang yang akan direkrut menjadi tenaga pemasar asuransi. Berikut pernyataan (Gunawan, 2023) :

“Setiap namanya kontrak kerja pasti ada namanya putus kontrak. Lebih lagi itu sangat tidak bisa diperjuangkan untuk masa depan. Kenapa?, begitu nanti kita sudah nyaman-nyamannya diperusahaan itu, tau-taunya perusahaan sudah ga mau pakai kita lagi, akhirnya yah kita dikeluarkan dari kerjaan tersebut. Setelah itu yah pasti kita nyari kerjaan lagi. Sedangkan di leader Prudential itu tidak ada namanya mau perusahaan mengeluarkan atau memberhentikan agennya selagi agennya mengikuti prosedur perusahaan dengan baik seperti tidak ada namanya tindak kriminal dan sebagainya”

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Dedi Chandra selaku leader PT Prudential Life Assurance cabang Binjai menyatakan bahwa, salah satu faktor hambatan dalam merekrut agen baru ialah kebanyakan orang tidak mau bekerja dan menolak menjadi tenaga pemasar asuransi dikarenakan agen asuransi bukan pekerjaan yang tetap, jadi agen tidak akan mendapatkan gaji tetap setiap bulannya. Sebaiknya yang perlu diperbaiki adalah mindset atau pola pikir dari orang tersebut. Pola pikir kita yang kurang memahami arti istilah bisnis. Kenapa banyak agen setelah direkrut dan diprospek beberapa waktu kemudian tidak bertahan yah karena tujuan mereka diawal sudah salah berharap kalau mereka kerja pasti dapat gaji dan kalau ga kerja ga dapat gaji.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Chandra Gunawan selaku leader menyatakan bahwa beliau menyampaikan pesan biasanya yang beliau lakukan adalah bertemu dan bertatap muka langsung dengan calon nasabah yang akan direkrut. Beliau menyukai komunikasi secara langsung jika calon agen tersebut berada di kota yang sama. Tetapi jika calon agen tersebut sedang berada di kota yang berbeda, beliau juga melakukan komunikasi menggunakan telepon, dan membuat perjanjian untuk bertemu dengan calon agen tersebut agar dapat menjelaskan kembali mengenai pekerjaan menjadi tenaga pemasar asuransi tersebut. Dalam hal berkomunikasi menggunakan telepon ini beliau lebih sering mengalami penolakan. Karena jika jaringan internet tidak normal, maka komunikasi akan terputus sehingga komunikasi tidak efektif.

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa saat ini strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh leader di PT Prudential Life Assurance cabang Binjai masih terbilang minim dan belum optimal. Dan kurang optimalnya penerapan strategi komunikasi persuasif ini yang kemudian tidak membawa pengaruh terlalu besar bagi pertumbuhan jumlah agen dan tingkat prestasi penjualan di PT Prudential Life Assurance cabang Binjai. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan setelah melihat keadaan dan kemampuan PT Prudential Cabang Binjai terhadap perekrutan agen

baru, setidaknya ada 3 hal yang menghambat keberhasilan penerapan strategi komunikasi persuasif dalam perekrutan perusahaan ini, diantaranya :

1. Dalam melakukan perekrutan jarak jauh leader mengalami kesulitan ketika merekrut calon agen melalui *handphone* atau *telephone*. Tentunya untuk menciptakan komunikasi yang efektif dibutuhkan perangkat yang mencukupi, jika jaringan internet tidak normal, maka komunikasi akan terputus sehingga komunikasi tidak efektif. Maka dari itu leader lebih sering bertatap muka saat melakukan perekrutan.
2. Ketika melakukan perekrutan kebanyakan audiens atau calon agen memiliki *mindset* yang negatif terhadap pekerjaan agen. Padahal leader sudah menjelaskan secara rinci bagaimana pekerjaan seorang agen tersebut.
3. Dalam kegiatan perekrutan, komunikator atau leader yang gugup, berbicara terlalu cepat menjadi salah satu hambatan dalam upaya perekrutan agen baru. Karena komunikasi atau calon agen akan kesulitan memahami penjelasan yang dikatakan oleh leader, sehingga komunikasi bisa dikatakan tidak efektif dan mengurangi minat menjadi tenaga pemasar asuransi.

C. Pembahasan UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

1. SUMATERA UTARA MEDAN Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Leader Dalam Upaya Rekrutmen Agen Baru di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Sebuah strategi diperlukan dalam komunikasi, tentunya dalam komunikasi persuasif ini. Hal ini didasarkan karena untuk mencapai tujuan itu perlu langkah-langkah yang sistematis agar tujuan yang telah direncanakan dapat diterima dan dipahami oleh lawan bicara atau komunikasi. Berikut beberapa teknik persuasif yang digunakan leader pada PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai yang sesuai dengan data

yang penulis ambil sebelumnya. Effendy memaparkan ada lima teknik persuasi, namun yang sesuai dengan kegiatan persuasif di PT Prudential Life Assurance cabang Binjai hanya beberapa saja yaitu :

a. Teknik Integrasi

Yang dimaksud disini integrasi adalah kemampuan komunikator atau leader untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan atau calon agen. Dalam hal ini ketika proses perekrutan berlangsung leader bisa menggunakan kata kita, yang berarti anda dan saya. Dengan demikian komunikan atau calon agen tersebut dapat merasa menjadi bagian dari diri komunikator atau leader. Serta merasa bahwa leader tidak hanya mementingkan dirinya sendiri saja, tapi juga calon agen.

Teknik integrasi pada saat rekrutmen agen baru merujuk pada proses menyatukan atau menggabungkan agen baru ke dalam organisasi atau perusahaan dengan efisien. Contoh teknik integrasi yang dapat digunakan dalam rekrutmen agen:

- 1) *Onboarding*: Menerapkan program *onboarding* yang efektif untuk memperkenalkan calon agen kepada perusahaan, budaya kerja, prosedur, dan sistem yang ada.
- 2) *Pelatihan*: Memberikan pelatihan yang komprehensif kepada calon agen, termasuk pelatihan produk atau layanan yang mereka akan promosikan, serta pelatihan tentang teknik penjualan, komunikasi, dan manajemen waktu.
- 3) *Mentorship*: Mengaitkan calon agen dengan mentor yang berpengalaman di dalam organisasi untuk membantu mereka belajar dan beradaptasi dengan cepat.
- 4) *Sistem Informasi*: Menyediakan akses kepada calon agen ke sistem informasi yang diperlukan, seperti CRM (Customer Relationship Management) untuk mengelola prospek dan pelanggan.

- 5) Pendampingan: Menyediakan pendampingan atau dukungan kontinu kepada calon agen selama masa awal mereka dalam pekerjaan, termasuk pertemuan rutin atau evaluasi kinerja.
- 6) Evaluasi Kinerja: Menetapkan metrik kinerja yang jelas dan melakukan evaluasi teratur terhadap calon agen untuk memastikan mereka mencapai target penjualan atau kinerja yang diharapkan.
- 7) Pengenalan Tim: Mengenalkan calon agen kepada anggota tim atau kolega mereka untuk membangun hubungan yang kuat dan membantu mereka merasa lebih terhubung dengan organisasi.
- 8) Perencanaan Karir: Membicarakan rencana karir dengan calon agen, sehingga mereka memiliki gambaran yang jelas tentang kemungkinan perkembangan dan peluang di dalam organisasi.

Penggunaan teknik integrasi ini dapat membantu memastikan bahwa calon agen merasa diterima dengan baik, siap untuk berhasil dalam peran mereka dan tetap termotivasi untuk mencapai tujuan penjualan atau kinerja yang ditetapkan oleh perusahaan.

b. Teknik Ganjaran

Teknik ganjaran dalam konteks rekrutmen agen baru adalah cara untuk memberikan insentif atau penghargaan kepada calon agen sebagai bentuk motivasi dan pengakuan atas pencapaian mereka.

Berikut ini beberapa contoh teknik ganjaran yang dapat digunakan dalam rekrutmen agen baru :

- 1) Bonus Rekrutmen: Memberikan bonus kepada agen baru sebagai insentif untuk bergabung dengan perusahaan atau tim Anda. Bonus ini bisa berupa uang tunai atau insentif lainnya.
- 2) Hadiah Prestasi: Memberikan hadiah kepada agen baru yang mencapai target tertentu dalam waktu tertentu, seperti perjalanan, elektronik, atau barang-barang lainnya.

- 3) Program Pengakuan: Membuat pengakuan program yang merayakan pencapaian agen baru, seperti penghargaan bulanan atau tahunan untuk agen terbaik.
- 4) Peluang Advokasi: Memberikan peluang kepada agen baru untuk berpartisipasi dalam promosi atau acara perusahaan sebagai bentuk penghargaan atas kinerja mereka.
- 5) Sertifikat atau Penghargaan: Memberikan sertifikat atau penghargaan kepada agen baru sebagai pengakuan atas pencapaian mereka, yang dapat mereka berikan atau gunakan untuk membangun reputasi mereka.
- 6) Peluang Pelatihan Lanjutan: Memberikan pelatihan lanjutan atau pengembangan karir kepada agen baru yang telah mencapai target tertentu, sehingga mereka dapat terus berkembang dalam peran mereka.
- 7) Peningkatan Komisi: Memberikan peningkatan komisi atau insentif tambahan kepada agen baru yang berhasil merekrut agen lain dalam waktu.
- 8) Pendukung Keuangan: Memberikan bantuan keuangan atau insentif tambahan kepada agen baru untuk membantu mereka memulai, seperti biaya lisensi atau alat-alat kerja.
- 9) Program Penghargaan Jangka Panjang: Membuat program penghargaan jangka panjang yang memberikan insentif kepada agen baru yang konsisten dalam mencapai target kinerja selama beberapa tahun.

Penggunaan teknik ganjaran ini dapat membantu memotivasi agen baru untuk bekerja keras, berkinerja tinggi, dan tetap setia kepada perusahaan atau tim Anda. Penting untuk memastikan bahwa sistem ganjaran Anda adil dan sesuai dengan tujuan perusahaan.

c. Teknik Tataan

Teknik tataan (penataan) dalam konteks rekrutmen agen baru mencakup pendekatan dan proses yang terstruktur untuk memilih calon agen yang paling sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikut adalah beberapa contoh teknik tataan yang dapat digunakan:

- 1) Penyusunan Profil Pekerjaan: Membuat deskripsi pekerjaan yang jelas dan rinci yang mencakup tugas, tanggung jawab, kualifikasi kualifikasi, dan ekspektasi yang jelas untuk calon agen.
- 2) Pengiklanan Posisi: Menggunakan berbagai saluran pengiklanan, seperti situs web rekrutmen, media sosial, dan portal industri, untuk mempromosikan posisi agen baru secara efektif.
- 3) Seleksi Berkas Lamaran: Menggunakan filter untuk meninjau berkas lamaran dan CV calon agen baru, sehingga hanya mereka yang memenuhi kualifikasi dasar yang diberikan kesempatan lebih lanjut.
- 4) Wawancara Struktural: Melakukan wawancara dengan pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, sehingga semua calon diuji dengan cara yang seragam dan obyektif.
- 5) Uji Keterampilan: Melakukan uji keterampilan atau penilaian praktis untuk mengukur kemampuan calon agen dalam tugas-tugas yang relevan dengan pekerjaan.
- 6) Referensi dan Pemeriksaan Latar Belakang: Melakukan pemeriksaan referensi dan latar belakang untuk memverifikasi pengalaman, karakter, dan rekam jejak calon agen.
- 7) Penilaian Kelompok: Melakukan penilaian kelompok atau simulasi situasi kerja untuk melihat bagaimana calon agen berinteraksi dengan orang lain dan bekerja dalam tim.
- 8) Pengambilan Keputusan yang Terinformasi: Menggunakan data dan informasi yang diperoleh selama proses seleksi untuk

mengambil keputusan yang terinformasi dalam memilih agen baru.

- 9) Pengembangan Perencanaan Induksi: Mempersiapkan rencana induksi yang rinci untuk memastikan bahwa agen baru memiliki pemahaman yang kuat tentang perusahaan, produk, dan prosedur sebelum mereka mulai bekerja.

Teknik tataan yang baik membantu memastikan bahwa perusahaan dapat merekrut agen baru yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya organisasi. Ini juga membantu dalam menciptakan proses yang adil dan transparan bagi semua calon agen.

Penggunaan teknik-teknik tersebut terlihat dari tahapan yang dilakukan oleh leader perekrut guna mempersuasif calon agen baru yang di Analisa menggunakan pendekatan AIDDA. Tahap pertama pada Teori AIDDA adalah membangkitkan perhatian (*Attention*). Dalam upaya merekrutmen agen baru Perhatian sangat berpengaruh karena aspek ini merupakan langkah awal dari terciptanya kesuksesan dalam berkomunikasi yang tercantum dalam teori ini. Perhatian dapat di timbulkan dengan cara memberikan kesan pertama yang baik, membangun hubungan yang baik dengan calon agen yang akan di rekrut dan juga adanya derajat homofili.

Setelah perhatian timbul dari calon agen yang akan direkrut kemudian masuk ketahapan berikutnya yaitu menumbuhkan minat (*Interest*) calon agen terhadap informasi yang di sampaikan oleh agen perekrut. Untuk menumbuhkan minat tahap awal yang harus di perhatikan adalah bagaimana mengemas pesan dengan baik agar pesan yang ingin disampaikan kepada calon agen dapat di pahami dengan baik. Selanjutnya adalah isi dari pesan tersebut yang harus memiliki daya tarik seperti informasi seputar *income* dan juga system kerja yang *flexible*.

Tahap selanjutnya adalah menimbulkan hasrat (*desire*). Hasrat atau keinginan seseorang dapat timbul jika adanya dorongan. Adanya

keselarasan antara kebutuhan dan juga peluang yang ditawarkan menjadi dorongan hasrat bagi calon agen untuk mengetahui lebih lanjut seputar peluang usaha yang ditawarkan. Jika memang apa yang di tawarkan oleh leader sesuai dengan apa yang di inginkan oleh calon agen, maka keputusan (*decision*) yang di ambil oleh calon agen dapat sesuai dengan harapan.

Proses terakhir adalah adanya Tindakan (*Action*) yaitu ketika calon agen yang akan direkrut memutuskan untuk bergabung sebagai agen Asuransi. Namun keberhasilan komunikasi persuasif dalam rekrutmen agen baru tidak hanya sampai pada tahapan perekrutan saja , tahap pembinaan yang dilakukan selama 90 hari pertama sangatlah berpengaruh besar. Jika pembinaan dilakukan dengan intensif dan sesuai dengan prosedur pembinaan agen baru yang tepat sehingga agen baru tersebut mampu menjadi agen yang sukses maka proses komunikasi persuasif yang di lakukan agen perekrut tersebut berhasil.

2. Faktor Hambatan Keberhasilan Komunikasi Persuasif yang dilakukan Leader Dalam Rekrutmen Agen Baru di PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai

Terkadang sebuah proses komunikasi tidak selalu berjalan dengan efektif. Namun tentunya seseorang mengharapkan hasil yang efektif dalam sebuah aktifitas komunikasi, agar pesan, informasi atau pendapat yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Jika pesan atau informasi yang disampaikan tidak diterima dengan baik oleh komunikan maka ada sesuatu yang terjadi di dalamnya, dengan kata lain dalam proses komunikasi yang dilakukan mengalami hambatan atau gangguan. Begitupun dalam kegiatan komunikasi persuasif yang digunakan leader dalam perekrutan agen baru di PT Prudential Life Assurance cabang Binjai, pastinya Direktur Operasional dan leader menginginkan komunikasi berjalan dengan baik, dapat disampaikan pada komunikan secara efektif, dan dapat mempengaruhi komunikan atau calon agen. Namun ada saatnya

komunikasi persuasif yang dilakukan pada leader tersebut mengalami hambatan-hambatan, sehingga pesan yang disampaikan tidak efektif, dan tidak bisa mempengaruhi komunikan atau calon agen.

Sesuai dengan data yang penulis ambil sebelumnya, ada beberapa hambatan yang bisa mempengaruhi efektivitas komunikasi. Menurut Nurdianti ada beberapa faktor penghambat komunikasi, di antaranya :

1) Hambatan Teknis

Adanya hambatan teknis ini yaitu pada alat penyampai komunikasi. Namun hambatan ini bisa juga ditemukan pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi.

Dalam kegiatan perekrutan ini hambatan teknis bisa mencakup ketersediaan fasilitas komunikasi, Misalnya komunikasi jarak jauh dengan memakai *handphone* atau *telephone* dan jaringan. Tentunya untuk menciptakan komunikasi yang efektif dibutuhkan perangkat yang mencukupi, jika jaringan internet tidak normal, maka komunikasi akan terputus sehingga komunikasi tidak efektif.

Sesuai pernyataan (Gunawan, 2023) bahwa, beliau pernah melakukan perekrutan melalui telepon. Beliau lebih sering mendapatkan penolakan karena pesan yang ingin beliau sampaikan sulit dipahami dan sulit diterima oleh calon agen baru yang akan direkrut.

Pada awalnya PT Prudential Life Assurance cabang Binjai menyediakan fasilitas perekrutan melalui telephone, namun seiring berjalannya waktu karena banyaknya hambatan teknis seperti jaringan tidak stabil sehingga komunikasi selalu terputus, dan fasilitas telephone hanya ada satu. Maka saat ini perusahaan tersebut tidak melakukan perekrutan melalui telephone. Karena leader merasa bahwa komunikasi secara langsung tatap muka itu lebih efektif.

2) Hambatan Perilaku

Hambatan perilaku ini biasanya muncul dari seorang komunikator atau leader dan komunikan atau calon agen. Penyebab

hambatan ini biasanya karena bentuk sikap maupun perilaku seseorang misalnya egois, keras kepala atau ketidakmauan untuk berubah, dan lain sebagainya.

Dari penelitian yang penulis lakukan pada PT Prudential Life Assurance cabang Binjai, terkadang perilaku leader atau calon agen itu mempengaruhi komunikasi yang dilakukan. Jika perilaku salah satunya kurang baik misalnya ada calon agen yang egois atau susah untuk berubah bahkan tidak mau berubah, maka itu akan membuat leader kesulitan untuk menjelaskan prosedur perekrutan. Maka dari itu perilaku calon agen pun menjadi salah satu hambatan pada komunikasi persuasi dalam perekrutan ini. Maka dari itu sebagai leader harus bisa menangani sikap calon agen yang seperti itu. Karena perilaku calon agen yang negatif akan mempengaruhi proses perekrutan dan akan lebih sulit untuk menciptakan komunikasi yang efektif antara leader dan calon agen.

3) Hambatan Semantik

Hambatan ini merupakan hambatan yang terjadi dalam proses komunikasi saat komunikator hendak menyampaikan pesannya kepada komunikan. Banyak sekali macam gangguan yang termasuk kepada hambatan semantik ini, salah satunya bisa menyangkut aspek bahasa yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan isi pesan. Gangguan semantik ini biasanya disebabkan oleh komunikator yang salah ucap, misalnya berbicara terlalu cepat, gagap, mudah panik.

Dalam kegiatan perekrutan, komunikator atau leader yang gugup, berbicara terlalu cepat itu menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan keberhasilan perekrutan. Karena calon agen akan kesulitan memahami penjelasan yang dikatakan oleh leader, sehingga komunikasi bisa dikatakan tidak efektif dan mengurangi minat menjadi agen.

Hambatan ini bisa penulis lihat pada saat salah satu leader yang berbicara terlalu cepat saat berkomunikasi dengan calon agen,

kemudian calon agen itu menanyakan lagi hal yang sama kepada leader lain, karena dia merasa kurang puas dengan penjelasan leader pertama tadi.

Maka dari itu untuk meminimalisir hambatan semantik ini Direktur Operasional PT Prudential Life Assurance cabang Binjai selalu mengingatkan kepada seluruh leader, sebagai leader harus bisa menata bahasanya dengan baik, berbicara dengan tenang, agar bisa membuat calon agen mengerti apa yang dikatakannya tersebut.

Selain dari ketiga hambatan tersebut, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penurunan jumlah agen asuransi di Indonesia terkhususnya pada PT Prudential Life Assurance cabang Binjai. Salah satunya adalah agen asuransi kurang adaptif dalam merespon perkembangan teknologi pemasaran dan hadirnya beberapa aturan baru terkait penjualan produk berbasis unit link (Meilanova, 2022). Selain itu, Togar Pasaribu selaku direktur eksekutif AAJI mengungkapkan faktor lain yang menyebabkan penurunan jumlah agen, yakni banyaknya agen asuransi yang menyerah dan lempar handuk sehingga memilih keluar dari profesi agen asuransi (Ananda et al., 2022). Industri asuransi di Indonesia juga menghadapi tantangan berat terkait besarnya tingkat turnover terhadap agen asuransi di Indonesia.

Turnover memiliki pengertian sebagai perbandingan antara jumlah anggota yang meninggalkan suatu organisasi dengan mereka yang tetap berada pada suatu organisasi dalam tahun tertentu (Ananda et al., 2022). Tingginya tingkat turnover dalam profesi agen asuransi juga memiliki korelasi terhadap persepsi negatif masyarakat mengenai profesi agen asuransi.

Faktor lainnya adalah kurangnya komitmen dari para agen untuk menjalankan sistem yang telah diterapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sebagai seorang agen asuransi dalam mempersuasi masyarakat untuk memiliki produk asuransi.