

Implementasi Digitalisasi sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah: Studi Kasus Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

Putri Fajariah Sabda¹ Nurbaiti² Muhammad Ikhsan Harahap³

putrifajariahsabda@gmail.com

**Jurusan Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk adopsi sistem digital apa saja yang telah diterapkan oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai serta peran dan pengaruhnya dalam meningkatkan jumlah nasabah, dengan Direktrur Operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri sebagai narasumbernya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan narasumber dan hadir langsung di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai telah memanfaatkan sistem digital berbasis aplikasi dengan penggunaan PRUForce untuk tenaga pemasar dan merekomendasikan nasabah untuk menggunakan PRUaccess dan PULSE serta menyediakan layanan pembayaran via mobile banking di beberapa bank untuk produk asuransi syariah. Semua sistem digital yang dimanfaatkan ini berperan sebagai metode peningkatan layanan dan upaya mencapai misi Prudential Indonesia untuk menggenjot pertumbuhan nasabah asuransi. Namun sejauh ini dengan keadaan pemanfaatan dan adopsi sistem digital oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai yang belum optimal ini, belum mampu berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai.

Kata Kunci: Digitalisasi, Sistem, Asuransi

PENDAHULUAN

Saat ini, di era 4.0, teknologi memiliki pengaruh yang signifikan pada hampir setiap aspek kehidupan sehari-hari. Semua peradaban dan kebudayaan telah mengalami perubahan yang signifikan dalam kehidupan manusia sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Pergeseran nilai di Indonesia sangat dipengaruhi oleh perkembangan ini. Menurut (Palupi, 2015) dewasa ini di Indonesia dapat kita lihat betapa kuatnya pengaruh terobosan teknis terhadap transformasi nilai-nilai yang ada pada masyarakat, khususnya yang berbudaya timur baik di pedesaan maupun perkotaan yang dijuluki era modernisasi.

Jaringan internet yang sampai saat ini hampir tampak seperti perlengkapan masyarakat kontemporer, memiliki dampak yang menguntungkan dan merugikan. Akan ada banyak peluang menguntungkan yang tersedia dengan terbukanya komunikasi melalui internet, yang mengidentifikasi semua jarak dan waktu hanya dengan satu wadah. Peluang juga

akan muncul dari penempatan fasilitas dan instrumen di berbagai elemen seiring kemajuan teknologi industri (Kom et al., 2021)

Di era perdagangan global, tidak mungkin untuk menolak dampak kemajuan teknologi informasi, yang meliputi penggunaan satelit, mesin faks, komputer, dan telepon dalam berbagai operasi komunikasi perusahaan (Sri Maharsi, 2000). Manusia sekarang dapat dengan cepat dan murah mengakses informasi dari lokasi yang jauh karena teknologi informasi. Cara kita menjalankan bisnis, melakukan penelitian, memilih hiburan, dan bahkan bersosialisasi sedang diubah sepenuhnya oleh Internet dan teknologi digital secara keseluruhan. Karena itu, sangat penting bagi organisasi manajemen untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah ini jika mereka ingin tetap bertahan dan berkinerja lebih baik. Pengaruh inovasi teknologi, seperti informasi, alat khusus, dan metode untuk mengubah masukan menjadi keluaran, juga harus dipertimbangkan oleh manajemen organisasi. Selain itu, manajemen perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang penggunaan sistem informasi organisasi.

Pemanfaatan kemajuan teknologi saat ini selalu dikaitkan dengan adanya upaya digitalisasi berbagai hal. Digitalisasi ini merupakan proses mengubah segala macam informasi kedalam bentuk bit atau binary digit sehingga dapat tercipta suatu yang nantinya akan bisa dimanipulasikan atau ditransformasikan. Media informasi digital diubah dari analog melalui proses digitalisasi. Selain untuk memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat, tujuan digitalisasi adalah untuk melestarikan arsip dan menjaga agar tetap dapat diakses agar dapat digunakan untuk penelitian, dokumentasi, dan publikasi (Dienillah, Aulia Fahmi; Dewi, 2018). Menurut (Wijoyo 2020), pemilik usaha kecil dan menengah baru-baru ini mulai menerapkan sistem digital untuk bersaing secara online. Digitalisasi dapat meningkatkan persepsi baik pelanggan terhadap suatu perusahaan. Dengan mengadopsi system digital dalam menjalankan suatu organisasi maupun bisnis dapat memberikan kemudahan bertransaksi maupun meningkatkan transparansi antara pihak perusahaan maupun organisasi dengan konsumen sehingga dapat menjalin hubungan yang baik antar pelaku organisasi maupun bisnis dan dapat secara langsung mempengaruhi eksistensi suatu perusahaan maupun organisasi tersebut.

Melihat peluang dan perpindahan gaya hidup dan kebiasaan manusia kearah digitalisasi dan melihat banyaknya manfaat yang didapat dari diterapkannya digitalisasi memotivasi banyak perusahaan maupun instansi saat ini untuk beralih kepada manajemen dan operasional yang berbasis digital. Tujuannya tak lain adalah untuk memperluas jaringan pasar dan mengenalkan lebih luasa perusahaannya kepada masyarakat sehingga dapat meningkatkan brand awareness-nya. Saat ini hampir semua perusahaan yang maju pesat serta *happening* sekali di masyarakat adalah perusahaan yang berbasis digital. Asuransi sebagai salah satu perusahaan jasa hari ini sudah mulai serius membahas terkait adanya pengaruh yang cukup besar saat memanfaatkan teknologi dalam menggeser keputusan pembelian masyarakat terhadap produk asuransi syariah kearah yang lebih positif. Sebagaimana yang telah sama-sama diketahui, belakangan ini di Indonesia sudah mulai banyak perusahaan asuransi digital atau biasanya disebut Insuretech (*Insurance Technology*) yang semakin memudahkan masyarakat mengakses informasi terkait produk asuransi. Penting untuk diketahui dan dipertimbangkan bahwa ada beberapa factor yang mempengaruhi perilaku membeli konsumen yakni budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Seorang pemerhati perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Amerika Serikat dalam bukunya yang berjudul *The Digital Economy, Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, menyatakan bahwa perkembangan ekonomi dunia sedang mengalami perubahan dari dinamika masyarakat industri yang berbasis pada baja, kendaraan, dan jalan raya ke arah dinamika masyarakat ekonomi baru yang

dibentuk oleh silicon, komputer, dan jaringan (networking) (Wuryantai, 2013). Maka dengan mengikuti perkembangan perubahan ekonomi dan trend dunia yang akan terjadi tersebut, bukan tidak mungkin dengan kemas, trend dan sistem yang lebih *fresh* dan baru serta sesuai dengan apa yang sedang digemari pada saat ini seperti pemanfaatan teknologi, mendigitalisasikan operasional dan strategi pemasaran asuransi dengan konsep terbaru dan efisien dapat menjadi salah satu solusi yang dapat membawa masyarakat untuk tertarik mengetahui lebih jauh mengenai asuransi syariah dan yakin terhadap profil perusahaan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan masyarakat terhadap asuransi syariah dan menjadi cikal bakal berkembang pesatnya asuransi syariah.

Salah satu perusahaan asuransi yang sudah memanfaatkan digitalisasi adalah *Prudential Life Assurance* (Prudential Indonesia). Prudential Indonesia menumpukan kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan akan sangat bergantung dengan adanya pemanfaatan digital di era ini. Kemudian dimanfaatkannya digitalisasi ini sebagai upaya mencapai misi Prudential Indonesia untuk dapat menciptakan kenyamanan, efisiensi dan kemudahan sehingga otomatis layanan terhadap nasabah juga meningkat dan dapat menarik pertumbuhan jumlah nasabah nantinya. Prudential Indonesia saat ini fokus terhadap peningkatan layanan nasabah dan menyatakan optimis untuk melakukan pemasaran dengan sistem online saat meluncurkan peningkatan fungsi layanan Pruaces. Dilansir dari situs web beritasatu.com, PRUaccess merupakan aplikasi mobile yang diklaim sebagai yang pertama di industri asuransi jiwa di Indonesia oleh Presiden Direktur Prudential Indonesia, William Kuan. Melalui sistem layanan bergerak dan transaksi elektronik ini memungkinkan nasabah Prudential Indonesia kini dapat secara mandiri melakukan transaksi elektronik selain mengakses informasi mengenai informasi polis yang dimiliki. Sesuai dengan manfaat tersebut, prudential mengadopsi system digitalisasi untuk membuat layanan kepada nasabah menjadi lebih fleksibel, efisien dan sederhana. Dari perspektif pemasaran sendiri, Prudential Indonesia percaya bahwa digitalisasi adalah masa depan asuransi secara global. Untuk itu sesuai pernyataan Direktur Pemasaran Prudential Indonesia Luskito Hambali dalam situs web *swa.co.id* bahwa Prudential Indonesia memaksimalkan kanal digital sebagai wahana untuk menggenjot pemasaran, mempermudah dan mempercepat pelayanan nasabah serta meningkatkan akseibilitas agen.

Hal ini sesuai dengan motivasi Prudential Indonesia untuk memanfaatkan digitalisasi sebagai media membangun personal brandingnya sebagai salah satu perusahaan jasa asuransi yang mengedepankan strategi komunikasi pemasaran yang cukup efektif dan berhasil dalam menarik banyak nasabah, karena nama besar dari PT. Prudential Indonesia yang merupakan asuransi secara global. PT. Prudential Life Insurance merupakan salah satu perusahaan global terbesar yang bergerak di bidang layanan asuransi dan manajemen aset. Prudential secara konsisten memberikan pelayanan dan juga inovasi produk sehingga Prudential selalu menjadi salah satu yang asuransi terbaik di Indonesia dan juga di dunia. Untuk itu Prudential Indonesia menawarkan solusi asuransi digital yakni asuransi yang diiklankan atau disediakan melalui media digital. Ini karena saat menggunakan teknologi informasi, seseorang dapat mempromosikan properti dengan mudah sekaligus meningkatkan kinerja dalam upaya untuk memperbaiki diri sendiri atau perusahaan. Hal ini dimungkinkan dengan menggunakan fasilitas internet dan fasilitas dari website yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Begitupun berdasarkan penelitian (Nurangraeni, 2020), diyakini bahwa asuransi berbasis teknologi akan merevolusi cara pandang orang terhadap asuransi dan menawarkan pengalaman unik bagi konsumen asuransi digital, khususnya kaum milenial. Diharapkan bahwa teknologi internet akan secara signifikan meningkatkan lingkungan bisnis yang

kompetitif seperti yang digunakan dan dimanfaatkan. Bisnis yang mampu mengintegrasikan informasi dan teknologi ke dalam operasinya mampu bersaing di pasar ini. Dengan landasan teknologi kekinian yang seharusnya mempermudah proses keuangan, khususnya bagi bisnis asuransi yang menggunakan teknologi, asuransi digital juga merupakan hasil inovasi teknologi keuangan (Insurance Technology). Selain itu, di Indonesia, penggunaan financial technology telah tumbuh secara dramatis seiring dengan pertumbuhan pengguna internet, menurut Kusuma & Asmoro (2021).

Asuransi berbasis teknologi juga sekaligus dapat menjadi solusi keadaan kurang baik asuransi syariah hari ini yakni sebagaimana pernyataan (Alsakinah et al., 2022) bahwa sedikitnya masyarakat yang mengetahui asuransi syariah menjadi alasan rendahnya minat masyarakat terhadap takaful. Maka diharapkan dengan kemudahan dan akses luas yang dapat dilakukan oleh teknologi saat ini dapat membuat asuransi syariah memiliki akses untuk dapat dikenali oleh lebih banyak masyarakat dari penjurur daerah. Namun faktanya sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa tenaga pemasar pada Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sebagai salah satu kantor cabang yang fokus menjual produk asuransi syariah, bahwa mengaplikasikan sistem digital secara optimal di semua aspek terlebih pemasaran masih mengalami beberapa kendala yang cukup serius.

Beberapa tenaga pemasar memang sudah mulai menggunakan sosial media media sebagai media pemasaran namun belum merasakan bahwa itu menjadi salah satu hal yang efektif untuk menjembatani antara tenaga pemasar dengan calon pembeli polis. Para tenaga pemasar Prudential Indonesia justru merasa lebih nyaman untuk memasarkan produk secara tradisional yakni dari mulut ke mulut atau dari pintu ke pintu. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan misi Prudential Indonesia untuk mengoptimalkan pemanfaatan sistem digital. Terlebih Prudential Indonesia sudah cukup inovatif dan solutif dengan selalu menciptakan dan mengeluarkan berbagai aplikasi untuk memudahkan interaksi antara tenaga pemasar dengan masyarakat agar dapat terhubung dan dapat berinteraksi dengan baik dari manapun dan kapanpun.

Namun dari sisi Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri juga tentu memiliki beberapa alasan dan kendala sehingga belum dapat mengaplikasikan dan memanfaatkan sistem digital secara penuh dalam kegiatan mereka. Menurut direktur operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai beberapa alasan diantaranya adalah rentan usia tenaga pemasar dan target pasar di daerah binjai sekitarnya ini adalah bukan di usia-usia pelaku digital, sehingga kecakapannya dalam penggunaan sistem digital masih terbilang minim. Namun Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai juga mulai merasakan bahwa memang pemanfaatan digital terutama untuk pemasaran sangatlah diperlukan, ini dilihat dari pertumbuhan jumlah nasabah mereka yang dinilai sempat mengalami penurunan padahal eksistensi Prudential Indonesia yang merupakan kantor pusat Prudential Syariah Cabang Binjai ini merupakan Captain Market dibidang jasa asuransi.

Indonesia untuk dapat menciptakan kenyamanan, efisiensi dan kemudahan sehingga otomatis layanan terhadap nasabah juga meningkat dan dapat menarik pertumbuhan jumlah nasabah nantinya. Prudential Indonesia saat ini fokus terhadap peningkatan layanan nasabah dan menyatakan optimis untuk melakukan pemasaran dengan sistem online saat meluncurkan peningkatan fungsi layanan Pruaccess. Dilansir dari situs web beritasatu.com, PRUaccess merupakan aplikasi mobile yang diklaim sebagai yang pertama di industri asuransi jiwa di Indonesia oleh Presiden Direktur Prudential Indonesia, William Kuan. Melalui sistem layanan bergerak dan transaksi elektronik ini memungkinkan nasabah Prudential Indonesia kini dapat secara mandiri melakukan transaksi elektronik selain mengakses informasi mengenai informasi polis yang dimiliki.

Sesuai dengan manfaat tersebut, prudential mengadopsi system digitalisasi untuk membuat layanan kepada nasabah menjadi lebih fleksibel, efisien dan sederhana. Dari perspektif pemasaran sendiri, Prudential Indonesia percaya bahwa digitalisasi adalah masa depan asuransi secara global. Untuk itu sesuai pernyataan Direktur Pemasaran Prudential Indonesia Luskito Hambali dalam situs web *swa.co.id* bahwa Prudential Indonesia memaksimalkan kanal digital sebagai wahana untuk menggenjot pemasaran, mempermudah dan mempercepat pelayanan nasabah serta meningkatkan aksesibilitas agen.

Hal ini sesuai dengan motivasi Prudential Indonesia untuk memanfaatkan digitalisasi sebagai media membangun personal brandingnya sebagai salah satu perusahaan jasa asuransi yang mengedepankan strategi komunikasi pemasaran yang cukup efektif dan berhasil dalam menarik banyak nasabah, karena nama besar dari PT. Prudential Indonesia yang merupakan asuransi secara global. PT. Prudential Life Insurance merupakan salah satu perusahaan global terbesar yang bergerak di bidang layanan asuransi dan manajemen aset. Prudential secara konsisten memberikan pelayanan dan juga inovasi produk sehingga Prudential selalu menjadi salah satu yang asuransi terbaik di Indonesia dan juga di dunia.

Untuk itu Prudential Indonesia menawarkan solusi asuransi digital yakni asuransi yang diiklankan atau disediakan melalui media digital. Ini karena saat menggunakan teknologi informasi, seseorang dapat mempromosikan properti dengan mudah sekaligus meningkatkan kinerja dalam upaya untuk memperbaiki diri sendiri atau perusahaan. Hal ini dimungkinkan dengan menggunakan fasilitas internet dan fasilitas dari website yang dimiliki oleh pelaku usaha. Begitupun berdasarkan penelitian (Nurangraeni, 2020), diyakini bahwa asuransi berbasis teknologi akan merevolusi cara pandang orang terhadap asuransi dan menawarkan pengalaman unik bagi konsumen asuransi digital, khususnya kaum milenial. Diharapkan bahwa teknologi internet akan secara signifikan meningkatkan lingkungan bisnis yang kompetitif seperti yang digunakan dan dimanfaatkan. Bisnis yang mampu mengintegrasikan informasi dan teknologi ke dalam operasinya mampu bersaing di pasar ini. Dengan landasan teknologi kekinian yang seharusnya mempermudah proses keuangan, khususnya bagi bisnis asuransi yang menggunakan teknologi, asuransi digital juga merupakan hasil inovasi teknologi keuangan (Insurance Technology). Selain itu, di Indonesia, penggunaan financial technology telah tumbuh secara dramatis seiring dengan pertumbuhan pengguna internet, menurut Kusuma & Asmoro (2021).

Asuransi berbasis teknologi juga sekaligus dapat menjadi solusi keadaan kurang baik asuransi syariah hari ini yakni sebagaimana pernyataan (Alsakinah et al., 2022) bahwa sedikitnya masyarakat yang mengetahui asuransi syariah menjadi alasan rendahnya minat masyarakat terhadap takaful. Maka diharapkan dengan kemudahan dan akses luas yang dapat dilakukan oleh teknologi saat ini dapat membuat asuransi syariah memiliki akses untuk dapat dikenali oleh lebih banyak masyarakat dari penjuru daerah. Namun faktanya sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa tenaga pemasar pada Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sebagai salah satu kantor cabang yang fokus menjual produk asuransi syariah, bahwa mengaplikasikan sistem digital secara optimal di semua aspek terlebih pemasaran masih mengalami beberapa kendala yang cukup serius.

Beberapa tenaga pemasar memang sudah mulai menggunakan sosial media media sebagai media pemasaran namun belum merasakan bahwa itu menjadi salah satu hal yang efektif untuk menjembatani antara tenaga pemasar dengan calon pembeli polis. Para tenaga pemasar Prudential Indonesia justru merasa lebih nyaman untuk memasarkan produk secara tradisional yakni dari mulut ke mulut atau dari pintu ke

pintu. Hal ini tentu berbanding terbalik dengan misi Prudential Indonesia untuk mengoptimalkan pemanfaatan sistem digital. Terlebih Prudential Indonesia sudah cukup inovatif dan solutif dengan selalu menciptakan dan mengeluarkan berbagai aplikasi untuk memudahkan interaksi antara tenaga pemasar dengan masyarakat agar dapat terhubung dan dapat berinteraksi dengan baik dari manapun dan kapanpun.

Namun dari sisi Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri juga tentu memiliki beberapa alasan dan kendala sehingga belum dapat mengaplikasikan dan memanfaatkan sistem digital secara penuh dalam kegiatan mereka. Menurut direktur operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai beberapa alasan diantaranya adalah rentan usia tenaga pemasar dan target pasar di daerah binjai sekitarnya ini adalah bukan di usia-usia pelaku digital, sehingga kecakapannya dalam penggunaan sistem digital masih terbilang minim. Namun Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai juga mulai merasakan bahwa memang pemanfaatan digital terutama untuk pemasaran sangatlah diperlukan, ini dilihat dari pertumbuhan jumlah nasabah mereka yang dinilai sempat mengalami penurunan padahal eksistensi Prudential Indonesia yang merupakan kantor pusat Prudential Syariah Cabang Binjai ini merupakan Captain Market dibidang jasa asuransi.

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2017	311
2.	2018	454
3.	2019	421
4.	2020	433
5.	2021	262

Sumber : Data Prudential Syariah Cabang Binjai 2017-2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pada satu tahun terakhir yakni pada tahun 2020-2021, jumlah nasabah di Prudential syariah cabang binjai ini mengalami penurunan yang signifikan padahal sudah setidaknya dua tahun sejak adanya instruksi keseluruhan tenaga pemasar dalam penggunaan sistem digital untuk kegiatan pemasaran, terlebih pada rentang waktu tersebut sedang terjadi wabah covid-19 dimana pada saat itu berpotensi pada tingginya kesadaran masyarakat akan urgensi memiliki polis asuransi. Penurunan jumlah nasabah ini berarti secara tidak langsung menggambarkan bahwa kenyataan yang terjadi tidak sesuai dengan tujuan awal Prudential Indonesia mengadopsi system digital yakni untuk menciptakan kenyamanan, kemudahan, efisiensi hingga berperan dalam meningkatkan layanan serta menggenjot pertumbuhan nasabah.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Implementasi Digitalisasi Sebagai Upaya untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Asuransi Syariah (Studi Kasus: Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai)”**

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, dapat merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apa saja bentuk adopsi sistem digital yang telah dilakukan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai?
2. Bagaimana peran sistem digital yang telah diterapkan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai dalam meningkatkan jumlah nasabah asuransi syariah?
3. Bagaimana kinerja digitalisasi yang dirasakan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai terkait korelasinya dengan pertumbuhan jumlah nasabah yang ada saat ini?

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Digitalisasi

a. Defenisi Digitalisasi

Menurut KBBI, digital ialah sesuatu yang memiliki hubungan dengan angka untuk suatu metode perhitungan tertentu. Digital dapat dilihat sebagai proses kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi dari waktu ke waktu, memungkinkan otomatisasi lengkap dan singkatnya semua tugas manual yang dilakukan oleh peradaban. Sebagai penghubung, digital juga membutuhkan media seperti gadget elektronik dan jaringan internet. (Wandi, 2021).

Secara pemahaman, menurut (Rizal et al., 2022) digitalisasi dapat dipahami sebagai proses mengkonversikan berbagai bentuk informasi ke dalam bentuk bit atau binary digit sehingga terciptalah suatu data yang kemudian dapat dimanipulasikan atau ditransformasikan. Hal ini tentu berkaitan dengan seiring berkembangnya kemajuan teknologi dimana era perkembangan teknologi komputer dan data ini lah yang kemudian disebut sebagai era digitalisasi, dimana pada era ini digitalisasi memberikan dampak yang sangat besar pada masyarakat dunia. Selanjutnya, istilah transformasi digital telah ada sejak dunia digital merambah organisasi, industry dan pasar dan semakin dikukuhkan sejak kelahiran internet komersial dengan munculnya *e-commerce* sebagai platform jualan online dan berubahnya industry musik. Transformasi digital ini menunjukkan bagaimana seluruh organisasi telah mengadopsi dan beradaptasi dengan perubahan akibat terjadinya revolusi digital. Transformasi digital menempatkan konsumen seolah-olah sebagai pusat semesta.

Setiap organisasi ketika bertransformasi digital maka harus dapat:

- 1) Menjadi organisasi yang besar;
- 2) Dipahami oleh semua orang di organisasi;
- 3) Melibatkan semua orang dalam organisasi;
- 4) Menjadi suatu budaya baru;
- 5) Tidak memiliki batas waktu

Digitalisasi ini adalah mengubah bentuk usaha yang awalnya identik dengan offline menjadi online, maka penting bagi organisasi yang akan memanfaatkan digitalisasi maupun bertransformasi menjadi berbasis online harus mengubah strategi bisnis lama dengan senantiasa secara dinamis memasukkan perubahan teknologi digital ini dalam model bisnis mereka mengingat dengan adanya perubahan system offline menjadi online ini, berdampak terhadap aktivitas bisnis yang harus dapat menyesuaikan pada aktivitas online tersebut (Rizal et al., 2022).

Dalam penelitian *Delloite Access Economics* yang tertuang dalam buku Digitalisasi

UMKM oleh Hadion Wijoyo dinyatakan bahwa konsumen semakin terbiasa mengambil keputusan berdasarkan konten digital dan melakukan online dalam pembelian barang (Wijoyo, 2020), ini berarti potensi pemanfaatan digitalisasi maupun transformasi digital dalam dunia bisnis yang bergerak di bidang industri jasa juga cukup besar mengingat saat ini pemanfaatan era digital masih terbilang banyak dimanfaatkan untuk menjalankan bisnis dalam bidang jual beli barang. Saat ini, digitalisasi adalah kata kunci dalam transformasi dalam penciptaan nilai. Digitalisasi dalam perekonomian dan organisasi secara umum berarti digitalisasi model bisnis, produk dan layanan serta seluruh proses atau bagian daripadanya (Fauziah et al., 2020).

Hal ini menurut (Sri, 2021) mengindikasikan bahwa memang seluruh aspek kehidupan saat ini penting untuk dibalut dan dibantu serta dimudahkan dengan adanya pemanfaatan teknologi berbasis digitalisasi untuk kepentingan banyak hal. Teknologi mendominasi kesinambungan berbagai bisnis dalam perkembangannya karena dapat menggeser komunikasi antara individu dan massa ke platform elektronik dan perluasan volume *e-commerce* di seluruh dunia sehingga aktivitas e-marketing sekarang menjadi keharusan bagi suatu bisnis seiring dengan adanya perkembangan teknologi yang berkelanjutan ini (Fauziah et al., 2020). Dapat ditunjukkan betapa lambat proses budaya komunikasi pada awalnya bergerak, tetapi kemudian meningkat cepat dan signifikan di era modern dengan membandingkan perkembangan komunikasi dari pengaruh pra-oral, tradisi lisan, tulisan, media cetak, media massa, dan akhirnya telematika. Ketika efek teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh geografi dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas, urgensi peran teknologi dalam proses massifikasi informasi menjadi jelas. Oleh karena itu, teknologi pada umumnya menguntungkan, sehingga tidak aneh jika media massa tradisional tergantikan oleh media massa baru. Pada akhirnya, media baru mengalami transformasi yang begitu rumit dalam konteks teknologi dan globalisasi. Salah satu elemen kunci yang mempengaruhi sektor media komunikasi dan teknologi adalah globalisasi. (Wuryantai, 2013).

b. Pentingnya Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis

Agar dapat berkembang di masa Revolusi 4.0, sektor korporasi harus bertransisi dari proses manual dan elektronik ke komputerisasi dan digitalisasi.

Adapun menurut (Jamaludin et al., 2020) ada beberapa keuntungan yang akan diperoleh pelaku bisnis jika memanfaatkan digitalisasi adalah sebagai berikut.

- 1) Efisiennya biaya operasional, terlebih untuk urusan promosi
- 2) Kemudahan akses kapan saja dan dimana saja ketika data dan informasi produk/jasa sudah diatur dalam akses internet secara digital.
- 3) Agar dapat berkembang di masa Revolusi 4.0, sektor korporasi harus bertransisi dari proses manual dan elektronik ke komputerisasi dan digitalisasi.

c. Tantangan dan Peluang Digitalisasi

Kemajuan teknologi memungkinkan otomatisasi di berbagai industri. Pola kehidupan dan interaksi manusia akan berubah secara radikal sebagai akibat dari teknologi dan metode baru yang mengintegrasikan dunia fisik, digital, dan biologis (Fauzi & Khoiriyah, 2017). Fase revolusi teknologi yang dikenal sebagai "Industri 4.0" mengubah skala, ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi aktivitas manusia dari pengalaman hidup sebelumnya. (Ghufron, 2018). Disamping kemudahan yang ditawarkan akibat perubahan semua bidang berbasis digital, kemajuan teknologi dengan pemanfaatan digitalisasi ini tentu membawa beberapa dampak negative yang bisa saja tidak dapat dihindari oleh masyarakat, antara lain:

- 1) Adanya kemungkinan terjadinya pelanggaran hak cipta atau Hak Kekayaan Intelektual (HKI) akibat mudahnya mengakses informasi suatu hal tertentu.
- 2) Rendahnya ketersediaan lapangan pekerjaan sehingga berpotensi meningkatkan jumlah pengangguran akibat semua pekerjaan dapat dilakukan secara otomatis.
- 3) Maraknya penyebaran informasi digital yang tidak sesuai dengan fakta (hoax) yang disebabkan oleh rendahnya literatur informasi digital masyarakat.
- 4) Kurangnya nilai sosial masyarakat karena dapat melakukan semua pekerjaan maupun urusan tanpa harus berhubungan dan berinteraksi langsung sehingga dapat membentuk masyarakat yang individualis
- 5) Berpotensi menjadi wadah penipuan digital yang dilakukan oleh oknum dengan memanfaatkan data pribadi dengan kecanggihanteknologi yang tersedia. (Jamaludin, et al 2022). Dengan mengetahui kemungkinan-kemungkinan negative yang dapat terjadi pada masyarakat dengan adanya kemajuan teknologi ini, dapat diantisipasi dengan beberapa upaya seperti pada kasus yang pertama dapat dihindari dengan cara melakukan personal branding yang kuat agar memiliki identitas yang jelas dan mendaftarkan brand pribadi ke Dirjen Haki agar dapat diproses ketika ada oknum ataupun pihak yang mengakuikarya atau brand tersebut sebagai karya miliknya. Untuk hal ini memperkuat regulasi adalah upaya yang paling penting dilakukan.

d. Peran Digitalisasi dalam Industri dan Bisnis

1) Digitalisasi Produksi

Perubahan sistem produksi yang dibawa oleh digitalisasi, seperti kontrol kualitas otomatis (QC) yang menggunakan algoritme pemrograman unik berdasarkan kecerdasan buatan (AI), menghasilkan barang berkualitas tinggi yang dapat mengurangi pengawasan. Sebagai pelaku usaha, hal ini cukup membantu.

2) Digitalisasi Keuangan

Menerapkan aktivitas keuangan di perusahaan dan industri digital adalah langkah besar. Artinya sebagai entitas perusahaan, kita dapat mengelola keuangan bisnis, mengidentifikasi situasi saldo bisnis dengan lebih cepat dan benar, serta menyediakan uang digital yang lebih bermanfaat berkat digitalisasi keuangan. karena itu membuat perekaman lebih sederhana..

3) Digitalisasi Laporan

Anda akan dapat mengidentifikasi dan mengevaluasi ketidaknormalan apa pun dalam rencana Anda lebih cepat dengan mendigitalkan laporan ini.

4) Digitalisasi Layanan

Dengan menggunakan teknologi chatbot untuk menjawab pertanyaan pelanggan secara otomatis, Anda dapat mengirim pesan siaran atau memberi tahu pelanggan Anda tentang promosi yang sedang berlangsung. Kehadiran digitalisasi layanan di dunia industri dan bisnis membantu memberikan informasi kepada pelanggan atau calon pelanggan tentang produk atau layanan terkait.

5) Digitalisasi Pemasaran

Digital marketing yang merupakan salah satu jenis digital marketing merupakan salah satu inovasi yang dihasilkan dari digitalisasi. Pemasaran digital telah berhasil meningkatkan daya saing pasar dan melepaskannya dari tangan satu atau beberapa merek, sehingga dapat dianggap cukup mengganggu. Bisnis tidak perlu mengeluarkan banyak uang untuk promosi, yang merupakan keuntungan lain.

2. Asuransi Digital (Digital Assurance)

Asuransi harus berubah untuk memberikan layanan yang lebih baik dan meningkatkan

upaya defensif, dan salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan merangkul teknologi. Gaya hidup saat ini sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, termasuk pertumbuhan bisnis berbasis teknologi. Pergeseran kondisi ini telah membantu pengembangan model bisnis baru yang saat ini dikenal sebagai financial technology. Jenis layanan keuangan berbasis perangkat lunak yang dikenal sebagai "fintech" menawarkan layanan melalui penggunaan program komputer dan teknologi lain yang sebanding (Lubis, 2021). Pemenuhan fintech ini juga berbentuk asuransi digital. Perusahaan asuransi semakin menawarkan solusi asuransi digital, disebut juga sebagai asuransi yang diiklankan atau disediakan melalui media digital. Dalam pemanfaatan teknologi informasi, baik pemanfaatan sumber daya internet maupun sumber daya dari website bisnis dapat bermanfaat untuk pemasaran properti dan juga dapat mendorong produktivitas dalam upaya meningkatkan standar diri sendiri atau perusahaan. Diharapkan bahwa teknologi internet akan secara signifikan meningkatkan lingkungan bisnis yang kompetitif seperti yang digunakan dan dimanfaatkan. Bisnis yang mampu mengintegrasikan informasi dan teknologi ke dalam operasinya mampu bersaing di pasar ini.

Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) adalah salah satu penyedia asuransi yang mulai menggunakan pemasaran online saat memperluas kemampuan layanan Pruaces. Nasabah Prudential Indonesia kini dapat dengan bebas melakukan transaksi elektronik dan mendapatkan informasi tentang polis mereka berkat aplikasi smartphone ini, yang kabarnya merupakan yang pertama di sektor asuransi jiwa di Indonesia.

a. Tujuan Utama Digitalisasi Asuransi

Hal pertama yang sangat dibutuhkan masyarakat saat ini terlebih dalam bidang jasa adalah transparansi. Sehingga tujuan diadopsinya system digital dalam asuransi ini adalah untuk menciptakan transparansi antara penanggung dan tertanggung. Masyarakat akan merasa aman dan nyaman ketika merasa tidak ada hal yang ditutup-tutupi yang dikhawatirkan dapat mempersulit urusan mereka suatu hari nanti. Begitupula kaitannya dengan asuransi. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan transparansi sebagai sesuatu yang nyata, transparan, dan jelas. Menurut Ratnianto, transparansi dalam administrasi publik dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan informasi, bersifat terbuka, dan mudah dipahami (Mubarok, 2017). Khususnya dalam urusan keuangan yang merupakan isu sensitif, transparansi diperlukan agar birokrat dan sektor swasta dapat memahami situasi lembaga tersebut.

Transparansi dari pihak instansi dan organisasi diperlukan, sesuai dengan (Putra et al., 2021), agar masyarakat dapat ikut mengevaluasi dan mengkritisi jika terjadi kecurangan atau hal-hal yang dianggap tidak wajar. Ini bisa menjadi tindakan preventif bagi unsur-unsur dan juga bisa menjadi tindakan represif ketika penipuan telah terdeteksi. Dalam penelitian ini, transparansi transaksi adalah bagaimana transaksi yang dilakukan oleh masyarakat yang dalam hal ini adalah nasabah asuransi dalam melakukan transaksi maupun pencarian informasi terkait kebutuhannya seputar produk asuransi syariah dapat diakses dengan mudah dan informasi yang diterima adalah informasi resmi sesuai dengan maksud dan tujuan sebenarnya yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada masyarakat.

Tujuan selanjutnya adalah menciptakan kemudahan bertransaksi. Dengan pemanfaatan digitalisasi dalam hal ini adalah kepentingan dan efisiensi yang ditimbulkan akibat transaksi asuransi terlebih berstandar syariah yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan digitalisasi. Manfaat dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi yaitu pandangan subjektif pengguna atas penggunaan aplikasi untuk memudahkan pekerjaannya (Latief & Dirwan, 2020). Melalui platform online transparansi dan keterbukaan informasi dapat membuat akses terhadap informasi mengenai status polis,

produk dan data pribadi nasabah serta perbaharuan-perbaharuan dan hal-hal penting yang harus diperbaharui oleh nasabah menjadi lebih mudah dan terjangkau. Nasabah atau pemegang polis maupun agen dan pihak lain yang berkecimpung dalam industri asuransi syariah yang memiliki keterbatasan akses bisa mendapatkan kemudahan proses dan rate yang terjangkau. Disisi lain, nasabah dapat memperoleh alternatif produk yang mungkin menjadi kebutuhan tambahan bagi pemegang polis saat telah mampu mengakses dan memahami informasi terkait produk lain dalam satu genggaman saja.

Kemudian sama halnya dengan selebaran lain yang biasanya memuat informasi produk dan penawaran yang diberikan perusahaan seperti brosur maupun katalog dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan perusahaan sebagaimana menurut (Diani & Lubis, 2022)

bahwa katalog memiliki keunggulan pasti yakni menekan biaya karena tidak harus melakukakan printing. Hal ini tentu dapat menambah penghasilan yang didapat oleh perusahaan. Jika sebelumnya pemasaran dilakukan dengan cara membagikan brosur-brosur maupun katalog, dengan memanfaatkan digitalisasi masyarakat dapat mengakses informasi produk maupun penawaran yang tersedia hanya dengan bantuan layar smartphone.

3. Asuransi Syariah

a. Defenisi Asuransi Syariah

Kamus Besar Bahasa Indonesia telah mengambil kata asuransi dan memberikannya padanan bahasa Indonesia. Kata asuransi berasal dari kata bahasa Inggris insurance. The Encyclopaedia Britannica mendefinisikan asuransi sebagai “suatu ketentuan yang dibuat oleh sekelompok orang yang menderita kerugian untuk menghadapi keadaan yang tidak dapat diantisipasi secara jelas”, demikian dijelaskan oleh Muhammad Muslehuddin dalam bukunya Insurance and Islamic Law. (History et al., 2017).

Asuransi atau ganti rugi, sebagaimana didefinisikan oleh Bagian

246 KUHP, adalah ketika penanggung mengikat tertanggung dengan menagih premi dan membayar ganti rugi kepada tertanggung atas kerugian, kerusakan, atau kegagalan untuk menerima manfaat yang diantisipasi. Merupakan kesepakatan untuk mempersempit Penderitaan sebagai akibat dari kejadian yang tidak terduga (Purwiyantiningih, 2008).

Kata *altamin*, yang dalam bahasa Arab berarti tumanina al nafswazawal al kauf, ketenangan jiwa, dan hilangnya rasa takut, biasanya digunakan untuk menyebut asuransi. Dengan kata lain, mereka yang terlibat dalam kegiatan yang berhubungan dengan asuransi memiliki pihak yang menawarkan jaminan dan imbalan, sehingga jiwa mereka tenteram dan hidup mereka bebas dari rasa takut dan cemas (Ali, 2011). Pengertian asuransi diartikan sebagai suatu bentuk gotong royong yang dilakukan atas dasar tolong-menolong antar individu melalui pengeluaran dana tabernakel, sumbangan dana ibadah, dan bantuan untuk tujuan menanggung resiko. Selanjutnya, menurut bukunya (Nurul, 2014), takaful yang memadukan tanggung jawab peserta dan persaudaraan merupakan landasan bagi asuransi syariah. Kata "Kafala Yakful" adalah sumber dari kata Arab "tak'ful." Ini mencakup membantu, menyediakan, dan mengendalikan orang lain. Landasan tindakan manusia sebagai makhluk

sosial adalah takaful, yang merupakan bahasa Arab untuk "saling berbagi dan menanggung risiko". Pengambilan risiko bersama ini didasarkan pada setiap orang yang menginvestasikan dana amal (tabarru) yang dirancang untuk menanggung risiko ini dengan itikad baik. (Economics, 2020)

b. Dasar Hukum Asuransi Syariah

1) Al-Qur'an

Secara eksplisit tidak ada satu ayat pun dalam al-Qur'an yang menyebutkan istilah asuransi seperti yang kita kenal sekarang ini, baik istilah "al-ta'min" ataupun "al-takaful". Akan tetapi dalam al-Qur'an terdapat ayat yang menjelaskan tentang konsep asuransi dan yang memiliki muatan nilai-nilai dasar yang ada dalam praktik asuransi.

Mengenai ayat-ayat tersebut dapat diklasifikasikan menjadi empat macam kategori, yaitu:

a) Perintah Allah untuk mempersiapkan masa depan

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, bertawakallah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang dibuat untuk hari esok (masa depan). Dan bertawakallah kepada Allah sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan."* (Q.S Al-Hasyr:18)(Agama, 2016)

Ayat ini merupakan ayat yang mendasar tentang muhasabah, muhasabatunnafsi, yaitu seseorang yang merenungkan dan melihat kembali apa yang telah dilakukannya dalam rangka mempersiapkan masa depannya. Artinya seseorang harus memiliki waktu untuk mengaudit dirinya sendiri. Ayat ini dituturkan oleh (Rahimahullah Abdurrahman bin Nashir As-Sa'dly, 2021). Dan ini

harus dilakukan setiap hari, bukan hanya setahun sekali. Namun pada kenyataannya, kita sering ceroboh.

b) Perintah Allah untuk saling tolong-menolong dan bekerja sama

Artinya: *"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syiar-syiar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qala'id (hewan-hewan kurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitulharam; mereka mencari karunia dan keridaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksaan-Nya.* (Q.S Al-Maida: 2) (Agama, 2016)

Menurut Quraish Shihab ayat diatas menunjukkan bahwa Al- Qur'an telah terlebih dahulu beberapa ratus tahun lalu menganjurkan konsep kerjasama dalam kebaikan dibanding undang-undang positif yang ada. Konsep kerjasama dalam kebaikan ini juga merupakan konsep yang diterapkan dalam asuransi syariah dimana dengan adanya dana tabarru' seluruhpeserta dapat membantu peserta lain yang tertimpa musibah.

c) Perintah Allah untuk saling melindungi antara sesama ketikadalam keadaan susah

Artinya: *"Yang telah memberi makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengamankan mereka dari rasa ketakutan"* (Q.S Quraisy : 4)

Dalam tafsir Jalalayn, ayat diatas berkisah tentang keadaan kelaparan manusia salah satunya kejadian di Mekkah pada saat tentara bergajah datang untuk menghancurkan Ka'bah dan mereka saat itu merasa ketakutan dan kelaparan, namun Allah melapangkan rezeki mereka dan mengamankan mereka dari ketakutan dan kelaparan tersebut. Maka itu menjadi contoh nyata bagi manusia untuk dapat saling menolong dan melindungi manusia lain yang berada dalam rasa ketakutan maupun kelaparan.

d) Perintah Allah untuk tawakal dan optimis dalam berusaha

Artinya: *“Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai, pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui”* (Q.S Al-Baqarah: 261)(Agama, 2016)

Menurut tafsir (Quraisy)2017, mereka yang menggunakan uangnya untuk kebaikan dan ketaatan akan mendapat balasan ganda dari Allah. Skenarionya dibandingkan dengan seseorang yang menanam benih unggul di tanah dalam perumpamaan. Benih ini bertunas menjadi pohon kecil dengan tujuh bulir. Seratus biji dimasukkan ke dalam setiap telinga. Ini adalah gambaran betapa banyak manfaat yang Tuhan berikan di seluruh dunia. Allah melipatgandakan nikmat-Nya bagi siapa saja yang Dia kehendaki. Dia menerima semua hadiah dan menyadari siapa yang berhak dan tidak berhak atas mereka.

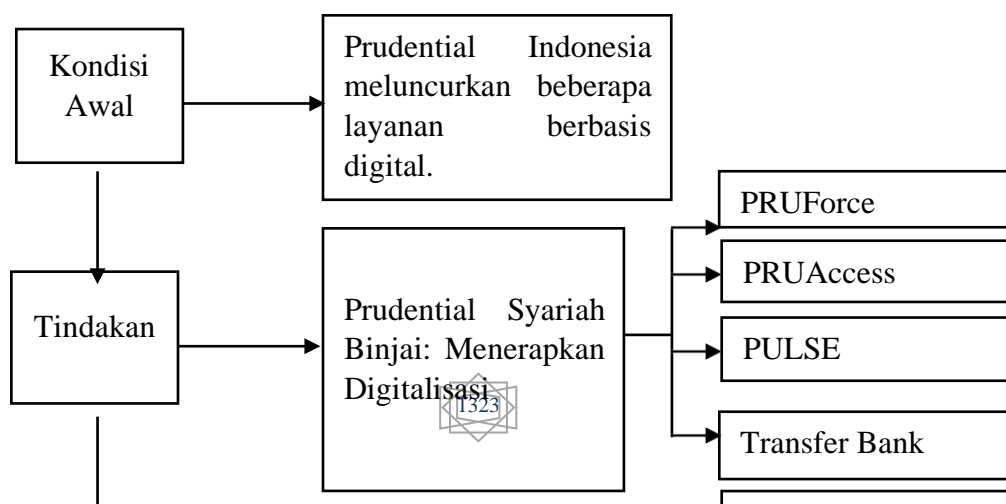
Dana yang dikeluarkan untuk membayar polis asuransi syariah merupakan realisasi dari mengeluarkan harta untuk ketaatan dan kebaikan. Ketaatan disini, sebagaimana yang telah dijelaskan pada ayat dan poin sebelumnya bahwa mempersiapkan masa depan dan hari esok agar berjalan lebih baik merupakan anjuran dan perintah Allah. Kemudian dalam hal kebaikan, jelas konsep asuransi syariah mengusung konsep tolong menolong yang tentu ini merupakan kebaikan untuk semua orang baik yang memberi maupun yang menerima.

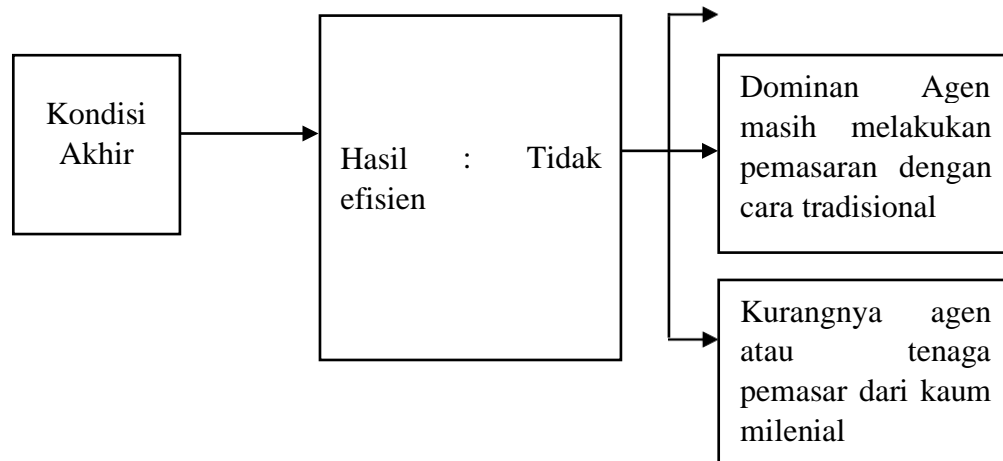
2) Hadist Nabi Muhammad SAW

Hadis tentang Aqilah Diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a, dia berkata: *“Berselisih dua orang wanita dua orang wanita dari suku Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu ke wanita dari wanita yang meninggal tersebut mengadakan peristiwa tersebut kepada Rasulullah saw, maka Rasulullah saw memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin tersebut dengan pembebasan seorang budak laki-laki atau perempuan, dan memutuskan ganti rugi kematian wanita tersebut dengan uang darah (diyat) yang dibayarkan oleh aqilahnya (kerabat dari orang tua laki-laki)”*. (HR. Bukhari) (Abdul Ghofur Anshori, 2018).

Hadits ini memberikan informasi tentang adat aqilah yang berkembang menjadi tradisi dalam budaya Arab. Menurut hadits di atas, aqilah adalah ashabah (kerabat dari orang tua laki-laki), yang wajib membayar denda (diyat) jika anggota sukunya membunuh anggota suku lain. Pertanggung jawaban bersama aqilahnya merupakan kegiatan yang memiliki karakteristik yang sama dengan industri asuransi. Kemiripan ini didasarkan pada gagasan bahwa dengan menghilangkan kesulitan seorang mukmin dalam hidup ini, Allah SWT juga akan menghilangkannya pada hari kiamat. Gagasan ini dikenal dengan prinsip tanggung jawab bersama (takaful) antar anggota suku. Allah SWT akan memudahkan segalanya bagi siapa pun yang meringankan kesulitan orang lain baik di kehidupan ini maupun di akhirat. (HR. Muslim).

Kerangka Pemikiran





Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Industri asuransi dalam menyikapi perubahan-perubahan yang begitu dahsyat saat ini harus dapat beradaptasi mengikuti gelombang tren dan kesenangan yang diminati masyarakat. Upaya pemanfaatan digitalisasi yang dilakukan Prudential Indonesia selaku salah satu perusahaan asuransi yang mengadopsi sistem digital dengan mengeluarkan berbagai fitur yang dapat memudahkan dan menjangkau lebih banyak masyarakat merupakan bentuk dan upaya Prudential Indonesia untuk tetap bertahan di tengah perubahan-perubahan akibat melejitnya arus bisnis global teknologi dan tren saat ini. Prudential menilai apabila industri asuransi jika dalam bertransaksi mampu memanfaatkan digitalisasi dan teknologi dengan optimal akan membawa masyarakat merasakan pengalaman yang berbeda dan baru tentang asuransi sehingga pengalaman menyenangkan dan efektifitas serta efisiensi yang dihasilkan tersebut dapat menciptakan kepercayaan baru masyarakat terhadap asuransi syariah dan pengetahuan mengenai asuransi dapat dijangkau lebih luas lagi.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Studi ini mengadopsi metodologi kualitatif, di mana kerja lapangan digunakan untuk mendeskripsikan fenomena spesifik secara lebih rinci, diikuti dengan analisis dan interpretasi data. Selain itu, penelitian kualitatif lebih menekankan karakteristik pemahaman mendalam tentang suatu topik daripada studi generalisasi tentang kesulitan.(Ahmadi, 2016)

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang menjadi objek penelitian penulis adalah Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai yang beralamatkan: Jl. Soekarno Hatta No. 35 Kec. Binjai Utara Kota Binjai.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

	2022	2023
--	------	------

Jenis Kegiatan	Jan	Feb- Mar	Apr- Mei	Jun	Ags- Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan Judul								
Penyusunan Proposal								
Bimbingan Proposal								
Observasi Awal								
Bimbingan Proposal								
Seminar Proposal								
Pengambilan Data								
Analisi Data								
Bimbingan Skripsi								

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yaitu Direktur Operasional dan Staff Admin di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai. Objek penelitian ini ialah pemanfaatan digitalisasi di PT. Prudential Syariah Cabang Binjai.

D. Jenis Data

Data Kualitatif

Merupakan data yang disajikan berbentuk kata-kata atau penjelasan. Data kualitatif didapatkan dengan cara wawancara /interview, dokumentasi, serta observasi

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang dianggap primer berasal dari sumber aslinya atau diperoleh langsung dari sumber data. Data asli atau data terbaru adalah nama lain dari data primer. Peneliti harus mengumpulkan data secara langsung untuk mendapatkan data primer. Wawancara mendalam dengan informan merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data primer.

2. Data Sekunder

Jenis data yang disebut data sekunder dapat digunakan untuk mendukung data primer. Berfungsi sebagai sumber informasi dan data pelengkap yang dapat menyempurnakan data primer. Sumber data sekunder lainnya termasuk organisasi jasa keuangan, majalah, dan buku.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa pendekatan pengumpulan data, antara lain:

1. Pembicaraan langsung secara langsung dengan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya merupakan sebuah wawancara. Dua orang terlibat dalam percakapan: pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban (Supryogo, et al., 2003). Dengan menggunakan teknik ini, Anda dapat bertanya kepada pihak berwenang tentang dokumen ini secara langsung dan mendapatkan pandangan atau pendapat lisan mereka. Direktur operasional, tim administrasi, dan tim pemasaran kantor Prudential Syariah cabang Binjai menjadi responden dalam kasus ini.
2. Studi Pustaka (Library Research). Dengan pendekatan ini, data dikumpulkan dengan membaca buku, makalah, dan karya ilmiah lainnya yang menyertakan latar belakang pengetahuan teoritis yang relevan dengan pokok bahasan disertasi, yaitu perkembangan asuransi syariah dan digitalisasi. Itulah yang menyebabkan ini.
3. Dokumentasi, metode pengumpulan data. Tujuan penelitian dokumen adalah mengidentifikasi data atau variabel melalui pengumpulan informasi yang relevan dengan subjek penelitian. (Sugiyono, 2022)

G. Teknik Analisis Data

Untuk meningkatkan pemahaman penelitian terhadap temuan-temuan dari masalah yang diteliti, analisis atau pengolahan data adalah upaya untuk secara sistematis mengekstraksi dan mengatur catatan pengamatan, wawancara mendalam, dan penelitian terdokumentasi. Pendekatan deskriptif- kualitatif digunakan dalam analisis data penelitian ini untuk mendeskripsikan objek penelitian dan menjawab permasalahan dengan menelaah aktualitas dari apa yang sebenarnya terjadi (Saehaji, 2008). Metode analisisnya adalah induktif. Ini memerlukan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang tepat, membuat catatan keuangan, memikat pelanggan, dan mengakui kontribusi digitalisasi terhadap penyebaran asuransi syariah.

Mengumpulkan data ini memungkinkan kita membuat keputusan dan mengambil tindakan. Data yang terkumpul di lapangan diperiksa pada tahap selanjutnya setelah dilakukan pengumpulan data sesuai dengan rekomendasi Miles dan Huberman:

1. Klasifikasi dan reduksi data, atau mengumpulkan semua data yang relevan dengan pertanyaan penelitian dan mengklasifikasikannya sesuai dengan tema masalah.
2. Data yang dikategorikan disajikan secara naratif sesuai dengan pertanyaan penelitian untuk menciptakan urutan informasi yang signifikan.
3. Menganalisis informasi. Secara khusus, dengan memahami informasi yang diberikan dan diinterpretasikan oleh informan tentang masalah penelitian.
4. Berdasarkan struktur naratif yang dihasilkan pada langkah ketiga, tawarkan kesimpulan dan tanggapi pertanyaan penelitian.
5. Berdasarkan temuan pada Langkah 4, konfirmasi temuan analisis data informan.

Langkah ini bertujuan untuk mencegah interpretasi yang salah atas temuan dari wawancara dengan banyak informan penelitian yang dapat mengurangi fokus utama penelitian dan mengungkap sifat pokok masalah.

H. Uji Keabsahan Data

Untuk mengetahui apakah penelitian tersebut benar-benar merupakan penelitian ilmiah dan untuk menguji data yang terkumpul dilakukan uji validitas data. Ini menguji reliabilitas, konfirmabilitas, komunikasi, dan validitas data dalam penelitian kualitatif (Sugishirono, 2022).

Triangulasi digunakan oleh para peneliti dalam penelitian ini untuk memeriksa keandalan data. Uji reliabilitas ini menggunakan triangulasi untuk menelaah data dari beberapa sumber dengan berbagai cara dan dalam berbagai waktu. Pada hakekatnya, triangulasi merupakan strategi multimetode yang digunakan oleh para akademisi untuk mengumpulkan dan menelaah data. Kata itu berasal dari bidang navigasi dan strategi militer, campuran pendekatan untuk menafsirkan peristiwa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

PT. Prudential Life Assurance (Agency Prusyariah Prestacy Agency) yang selanjutnya dalam penelitian ini disebut Kantor Prudential Syariah 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, Kantor Prudential Syariah 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 konsumendan 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 Kantor Prudential Syariah 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 Kantor Prudential Syariah 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). Setiap peserta yang diasuransikan hanya dapat memiliki satu polis asuransi kesehatan yang sebanding dengan Prudential saat mengajukan permohonan Asuransi Tambahan PRUPrime Healthcare Plus Syariah.

h. PRUCritical Hospital Cover Syariah

Perlindungan Tambahan Tersedia dalam mata uang Rupiah, PRUCritical 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 PRUCritical 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 Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

Maksud dan tujuan Prudential Syariah Office Cabang Binjai adalah sebagai berikut:

a. Visi

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

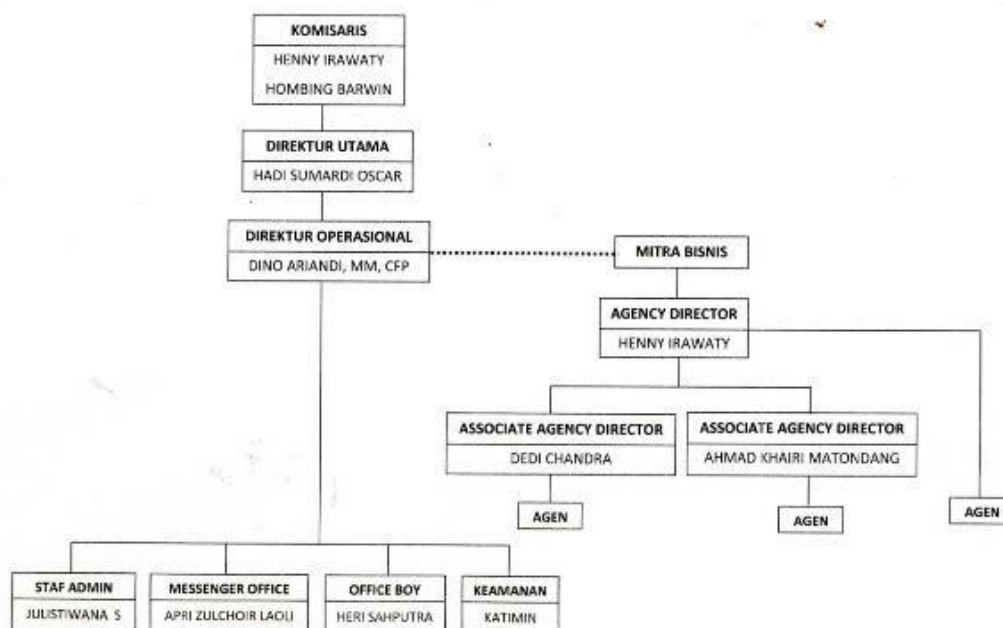
b. Misi

- 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 Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

Struktur organisasi adalah sekumpulan aktivitas, mekanisme pelaporan, dan saluran komunikasi yang menghubungkan aktivitas individu dan organisasi. Sentot (2018). (2018). Pembagian formal, pengaturan, dan koordinasi kegiatan dan pekerjaan juga ditentukan oleh struktur organisasi. Struktur organisasi lini dan staf yang menggabungkan organisasi lini dan fungsional merupakan salah satu jenis struktur organisasi yang digunakan oleh Prudential Syariah Office Cabang Binjai. Kantor Kehati-hatian Syariah Indonesia masih mendelegasikan kewajiban.

STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

B. Hasil Penelitian

1. Impelemntasi sistem digital yang telah dilakukan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

Adapun bentuk sistem digital yang sudah dimanfaatkan oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai ini antara lain:

a. PRUForce

Pruforce merupakan sebuah aplikasi digital yang dirilis oleh Prudential Indonesia pada 26 Juli 2016 dengan fitur pelatihan secara online untuk para tenaga pemasar serta acuan dalam memproses polis nasabah secara cepat dan paperless yang dapat memudahkan agendalam mengembangkan dan memudahkan pemasaran dan menunjang kegiatan para tenaga pemasar seperti membagikan akses informasi aktual ke laporan produksi tenaga pemasar, kapanpun dimanapun dan disertai dengan berbagai fitur menarik lainnya. Sebagaimana pernyataan Bapak (Dino, 2022)

“ Untuk saat ini teknologi yang dipakai adalah PRUForce dari sisi para agen”

Pemanfaatan PRUforce sebagai aplikasi penunjang kegiatan para tenaga pemasar ini di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri baru secara optimal dan serentak diinstruksikan penggunaannya pada tahun 2017 (Dino, 2022)

“Penggunaan pruforce baru rata dan menyeluruh digunakan oleh semua agen pada tahun 2017. Sejak itu kami sangat merasa terbantu karna tidak perlu menghabiskan waktu dalam pengisian form polis calon nasabah dan mengantisipasi kesalahpahaman karena kami bisa langsung mengisi data calon nasabah didepan nasabah langsung.”

Perkembangan teknologi pada hari ini digadang-gadang menjadi fasilitas dan inovasi yang dapat membawa perkembangan dari seluruh aspek bisnis menjadi lebih baik. Sebagaimana pandangan Prudential Indonesia sebagai perusahaan pusat dari Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai ini yang menganggap bahwa digitalisasi adalah masa depan asuransi secara

global yang memungkinkan mereka mengembangkan layanan ditengah tantangan geografis, mengurangi kesenjangan literasi keuangan asuransi Indonesia. Perilisan PRUForce merupakan salah satu upaya Prudential Indonesia memfasilitasi dan menjembatani kantor-kantor cabang yang ada di daerah untuk dapat maksimal dalam melakukan kegiatan pemasaran dan berhubungan dengan calon nasabah. Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sebagai kantor cabang dari Prudential Indonesia juga hari ini telah memanfaatkan PRUForce untuk digunakan oleh semua tenaga pemasar saat melakukan kegiatan pemasarannya. Sebelum menggunakan PRUForce, untuk kegiatan keagenan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai ini juga pernah menggunakan SQS (Sales Question System) sebagai fasilitas kegiatan keagenan yang masih tetap dapat digunakan secara offline. “Dulu memang pakai namanya sistem SQS (Sales Question System). Sekarang karena terintegrasi oleh seluruh sistem, jadi pakai PRUForce karena kemajuan teknologi ada android ada ios maka muncul lah PRUForce”

b. PULSE

Jika dari sisi agen Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai ini menggunakan PRUForce, dari sisi nasabah menggunakan aplikasi Pulse. Pulse merupakan aplikasi produk inovasi Prudential Indonesia yang diluncurkan pada Februari 2020 untuk kebutuhan dari sisi nasabah dengan fitur asisten Kesehatan. Sebagaimana pernyataan Direktur Operasional Prudential Syariah cabang binjai (Dino, 2022)

“Kalau untuk sisi nasabah ada teknologinya namanya PULSE. Untuk nasabah sendiri saat dianjurkan ya dianjurkan untuk mengakses PULSE ini”

Beberapa fitur yang disediakan dalam pulse ini yang disebut sebagai asisten kesehatan adalah pemeriksaan kesehatan hingga paket berlangganan yang memberikan akses bagi pengguna untuk dapat mengelola Kesehatan secara menyeluruh dan hidup lebih sehat dibantu teknologi AI (*artificial intelligent*).

c. PRUAccess

Menurut (Dino, 2022) PRUAccess merupakan sebuah portal website khusus pemegang polis yang menyajikan informasi data polis kapanpun diperlukan. Pemegang polis dapat mengakses PRUAccess melalui internet sepanjang waktu kapanpun mereka ingin. Dengan PRUAccess, para pemegang polis dapat mengawasi dan memantau status serta manfaat polis dengan lebih seksama. Namun saat ini penggunaan PRUAccess di Kantor Cabang Binjai sudah mulai dihilangkan dan dialihkan kepada penggunaan PULSE.

“ Dari sisi nasabah ada juga namanya PRUAccess. Namun seiring perkembangan teknologi, PRUAccess mulai dihilangkan dan tidak dianjurkan dan dialihkan kepada penggunaan PULSE”

d. Pembayaran Premi Via Mobile Banking

Pembayaran premi via mobile banking ini mekanismenya adalah transfer namun dengan fitur pembayaran dari bank dan menggunakan nomor polis nasabah sebagai virtual account. Metode ini bukan metode transfer yang ditujukan ke nomor rekening perusahaan. Maka dengan adanya metode ini nasabah dimudahkan untuk dapat membayar premi hanya dengan mobile banking pribadi yang merupakan upaya antisipasi adanya titipan kepada agen yang berindikasi terhadap penggelapan premi nasabah yang dilakukan oleh para agen.

2. Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai

Pemanfaatan sudah mulai digaungkan dan disikapi secara serius oleh Prudential Indonesia sebagai “*captain market*” dibidang asuransi yang peka terhadap perkembangan teknologi saat ini. Implementasi digitalisasi ini berperan sebagai metode peningkatan layanan demi kepuasan nasabah untuk mencapai misi Prudential Indonesia menggenjot pertumbuhan nasabah. Sebagaimana menurut (Ahmad Zikri1, 2022) Sebuah bisnis akan berhasil mendapatkan banyak konsumen jika memiliki keyakinan pada kemampuannya untuk memuaskan kliennya. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan ditingkatkan melalui perlakuan yang ramah. Prudential Indonesia selalu berinovasi dengan terus merilis terobosan-terobosan baru dibidang teknologi dengan tujuan meluaskan jangkauan masyarakat untuk dapat mengakses berbagai informasi terkait asuransi. Hal ini tentu berimbas kebawah yakni kepada kantor-kantor cabang di daerah yang tentu juga diinstruksikan untuk memanfaatkan digitalisasi secara optimal terlebih untuk sistem digital yang telah difasilitasi dari Prudential Indonesia itu sendiri.

Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri saat ini masih focus dan optimal dalam memanfaatkan teknologi dari sisi kegiatan pemasaran yakni dengan digunakannya PRUForce oleh seluruh tenaga pemasar. Hampir seluruh kegiatan para tenaga pemasar hari ini telah dipenuhi dan dimudahkan dengan adanya PRUForce.

Sesuai pernyataan dari salah satu tenaga pemasar (Rukayah, 2022) “Kalau saat ini ya yang sangat membantu tentu pruforce, karna dari sisi para agen merasa PRUForce ini sangat memotong banyak waktu yang harusnya terbuang hanya dengan satu nasabah ketika dulu menggunakan sistem SQS maupun formulir yang ditulis secara manual”

Sebagai kantor pemasaran mandiri, Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai saat ini merasakan bahwa dengan adanya PRUForce yang berbasis sistem aplikasi yang mudah diakses ini membuat para tenaga pemasar memiliki lebih banyak waktu untuk melakukan prospek ke lebih banyak orang lagi sehingga meningkatkan peluang meningkatnya pembeli polis asuransi. Hal ini karena waktu yang digunakan untuk menyelesaikan administrasi satu nasabah baru lebih singkat dengan memanfaatkan PRUForce daripada saat menggunakan SQS dulu, sehingga memungkinkan para tenaga pemasar untuk dapat melakukan prospek ke lebih banyak calon nasabah.

3. Pengaruh Digitalisasi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai.

Digitalisasi asuransi sebenarnya dapat memberikan manfaat yang cukup besar terlebih dalam perannya untuk meningkatkan minat beli dan eksistensi asuransi terutama untuk asuransi berbasis syariah. Hal ini karena melihat besarnya peluang pasar uang syariah karena pertumbuhan penduduk muslim di Indonesia yang terus meningkat. Itu berarti bahwa digitalisasi disini hadir untuk melengkapi dan menyempurnakan proses, manajemen maupun mekanisme asuransi syan ah untuk dapat menarik minat beli masyarakat. Efisiensi, kemudahan dan transparansi merupakan salah tiga dari keunggulan yang dapat dirasakan saat memanfaatkan sistem digital dan hal ini memang sudah menjadi tujuan setiap industri maupun bisnis untuk mengadopsi sistem digital sebagai bentuk pertahanan dan penguatan bisnis terutama untuk asuransi syariah.

Menurut Direktur Operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai, Dino Ariandi (2022) “Sebenarnya kita udah tahu kalau teknologi ini pasti sangat bisa berpengaruh untuk meningkatkan jumlah nasabah, dankita sedang upayakan itu agar maksimal. Tapi untuk saat ini dengan teknologi yang sudah ada tentu berpengaruh namun tidak signifikan. Karena sistem marketingnya masih dimasyarakat biasa bukan perkotaan seperti Jakarta, lebih banyak tatap muka kepada nasabah. Tapi dari sisi keagenan karena memang semuanya mengakses pruforce jadi waktunya bisa lebih singkat untuk proses

penerbitan polis”

Dari uraian diatas, dapat diketahui bahwa saat ini adopsi digitalisasi yang dimanfaatkan oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai masih terbilang minim dan belum optimal. Dan kurang optimalnya pemanfaatan digitalisasi ini yang kemudian tidak membawa pengaruh terlalu besar bagi pertumbuhan jumlah nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan setelah melihat keadaan dan kemampuan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai terhadap digitalisasi, setidaknya ada 3 hal yang menghambat optimalisasi pemanfaatan digitalisasi di kantor ini, diantaranya:

Generasi Muda Belum Menjadi Target Pasar yang Utama

- a. Kurangnya Tenaga Pemasar dari Kaum Milenial
- b. Tenaga Pemasar Masih Menggunakan Metode Tradisional dalam Melakukan Pemasaran

C. Pembahasan

1. Implementasi digitalisasi yang telah dilakukan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai.

Berikut ini adalah beberapa bentuk implementasi sistem digital yang telah dimanfaatkan oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai yaitu:

- a. Pruforce

Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai menjalankan himbuan pemanfaatan sistem digital dengan maksimal dalam penggunaan aplikasi Pruforce. Dimana Pruforce ini merupakan salah satu bukti nyata Prudential Indonesia menyambut dengan baik era digital. Sebagaimana yang disampaikan oleh Direktur Pemasaran Prudential Indonesia bahwa pemasaran di media sosial serta merilis dan mengembangkan pruforce merupakan bagian dari inovasi yang telah diaktivasi oleh Prudential Indonesia. Melalui maksimalnya kinerja dan fitur-fitur yang ada dalam pruforce ini kemudian diinisiasi akan berperan besar dalam membuka peluang bisnis selebar-lebarnya untuk memasarkan produk asuransi jiwa ke masyarakat Luskito Hambali (2022).



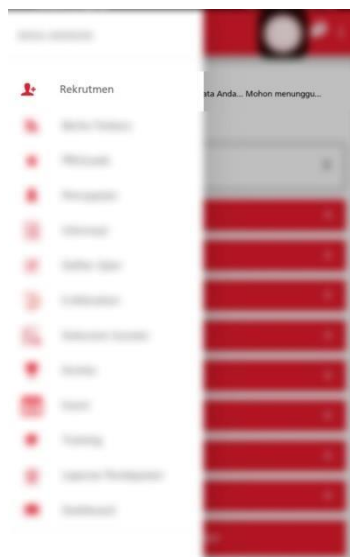
Gambar 4.2 Laman Utama Aplikasi PRUForce

Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai yang merupakan bagian dari Prudential

Indonesia tentu memiliki *previllage* dalam hal pemasaran dengan fasilitas yang telah disediakan oleh Prudential Indonesia salah satunya adalah teknologi digital berbasis aplikasi seperti pruforce ini yang tentu juga dimanfaatkan oleh seluruh tenaga pemasar Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai memudahkan dan menggenjot pertumbuhan pemasaran produk asuransi syariah kepada masyarakat. Sesuai dengan tujuan dirilis dan dikembangkannya, pruforce memiliki beberapa fitur utama yang sangat membantu memudahkan pekerjaan tenaga pemasar yaitu:

1) Rekrutmen

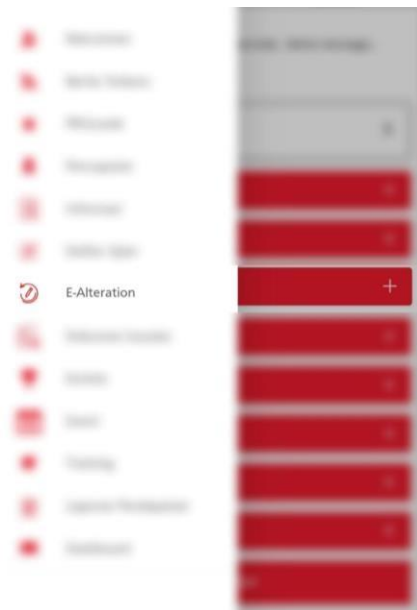
Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai menggunakan laman ini untuk proses perekrutan tenaga pemasar baru. Nantinya identitas calon tenaga pemasar akan diisi melalui laman ini. Kemudian saat seluruh identitas yang dibutuhkan dalam laman ini selesai diisi dengan lengkap, proses selanjutnya dilakukan ujian dan apabila lulus akan mengikuti training secara online yang dapat diakses melalui fitur lain di aplikasi ini ataupun training secara offline.



Gambar 4.3 Fitur Rekrutmen Aplikasi PRUForce

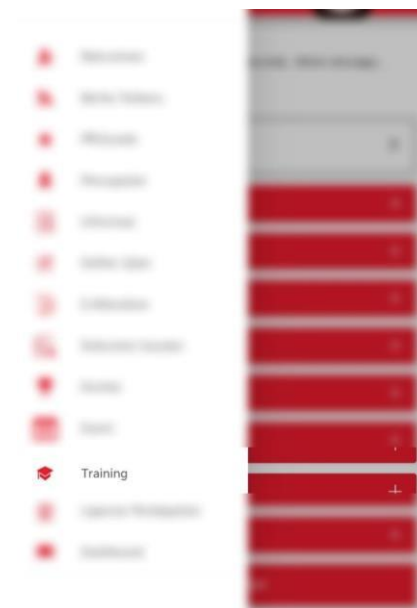
E-Alteration

Pada laman ini tenaga pemasar dapat membuat ilustrasi produk asuransi yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah dengan cara mengisi data nasabah dan menghitung besaran premi yang disesuaikan dengan perkiraan besaran santunan yang diinginkan calon nasabah dengan kalkulator yang tersedia dilaman tersebut. Dengan fitur kalkulator ini membantu tenaga pemasar untuk dapat bernegosiasi menyesuaikan besaran premi yang sesuai dengan kemampuan calon nasabah. Selanjutnya, jika semua identitas dan dokumen yang dibutuhkan telah dilengkapi dengan benar artinya proposal berhasil untuk diajukan dan calon nasabah akan mendapatkan nomor E-SPAJ untuk kemudian dibayarkan melalui m-banking maupun kantor pos. Lalu langkah terakhir nasabah tinggal menunggu persetujuan proposal oleh Prudential Indonesia apakah pengajuan proposalnya di tolak atau diterima.



Gambar 4.4 Fitur E-Alteration pada Aplikasi PTRUForce

2) Training



Para tenaga pemasar dapat mengakses jadwal training atau pelatihan-pelatihan keagenan yang diadakan oleh Prudential Indonesia dari laman training ini. Beberapa persyaratan lulus menjadi tenaga pemasar diantaranya juga mengikuti training atau pelatihan awal yang juga dapat diakses dan dilihat jadwalnya dari laman ini. melalui laman ini, prudential Indonesia memfasilitasi agar seluruh tenaga pemasar dari seluruh wilayah di Indonesia dapat memiliki ilmu dan pengetahuan yang sama dengan tenaga pemasar yang ada di pusat.

Gambar 4.5 Fitur Training pada Aplikasi PRUForce

b. PRUaccess

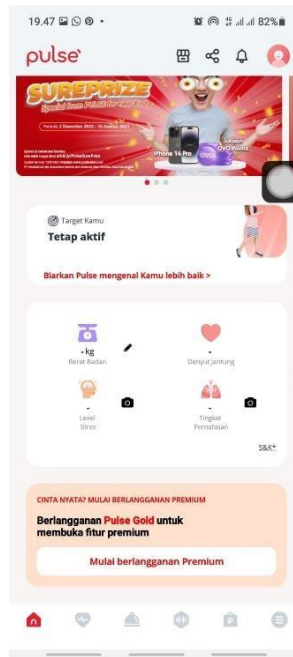
Dari sisi nasabah, Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai mensosialisasikan para

nasabah untuk memanfaatkan aplikasi PRUaccess. PRUaccess ini sendiri merupakan sebuah program berbasis web yang dibuat khusus untuk melayani kebutuhan nasabah Pemegang Polis. Kapan pun klien membutuhkannya, PRUaccess dapat memberikan informasi data kebijakan. PRUaccess dapat diakses setiap hari yaitu setiap hari, 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Klien pemegang polis yang menggunakan PRUaccess dapat memantau lebih dekat manfaat dan status polis mereka. Namun para menurut Direktur Operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai, nantinya para tenaga pemasar juga harus dapat maksimal dalam memahami dan menjalankan PRUaccess ini, karena meskipun PRUaccess merupakan aplikasi yang ditujukan untuk pelanggan dan bukan untuk pemasar, pemasar harus mampu menjalankan aplikasi PRUaccess serta memberikan tutorial cara pemanfaatan aplikasi PRUaccess kepada pelanggan. Hal ini di inisiasi untuk mengoptimalkan peras tenaga pemasar dalam memberikan sarana prasarana terhadap kebutuhan informasi nasabah. Dimana nantinya diharapkan terjadi efisiensi waktu terkait interaksi antar tenaga pemasar dengan nasabah karena ketika nasabah mencari pengetahuan tentang kebijakan pemasar, pemasar tidak perlu berinteraksi secara pribadi dengan nasabah tersebut. (Aprilia & Cahyaningtias, 2021). Sebagaimana point penting dari apa yang dijelaskan diatas bahwa seharusnya tenaga pemasar harus menguasai pruaccess dan memberikan tutorial penggunaannya kepada nasabah, sesuai pernyataan (Dino, 2022) bahwa prudential syariah kantor cabang binjai masih memiliki beberapa hambatan dalam pemanfaatan pruaccess ini diantaranya kecakapan digital tenaga pemasar dan target nasabah masih belum maksimal. Sehingga mungkin jika antara nasabah dan tenaga pemasar focus terhadap penggunaan pruaccess saja akan menyita cukup waktu untuk satu tenaga pemasar menyelesaikan tugasnya untuk satu nasabah saja karena kondisi target pasar prudential syariah sayraih cabang binjai yang juga kurang mumpuni.

c. PULSE

PULSE dapat dikatakan aplikasi peralihan dari PRUaccess.

Dimana jika sebelumnya nasabah disarankan untuk menggunakan PRUaccess untuk memantau perkembangan polisnya, saat ini dialihkan dan direkomendasikan untuk menggunakan PULSE karena memiliki fitur-fitur yang hampir serupa dengan PRUaccess diantaranya memuat informasi polis nasabah dan terdapat rekomendasi-rekomendasi produk asuransi jiwa lain yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Namun sama halnya dengan PRUaccess, pemanfaatan PULSE juga masih belum terlalu digaungkan oleh tenaga pemasar kepada nasabahnya. Permasalahan ini juga masih didasari factor yang sama dengan factor penghambat optimalisasi pemanfaatan PRUaccess yakni kecakapan digital dari pihak nasabahaupun tenaga pemasar.



Gambar 4.6 Laman Utama Aplikasi PULSE



Gambar 4.7 Laman PRUShopee pada Aplikasi PULSE

d. Transfer Via M-Banking

Untuk saat ini, pembayaran SPAJ maupun kontribusi setiap bulannya untuk produk asuransi syariah prudential dapat dilakukan melalui sistem transfer melalui M-Banking. Untuk pembayaran SPAJ nasabah dapat melakukan pembayaran via m-banking dengan memasukkan nomor E-SPAJ yang muncul setelah tenaga pemasar berhasil melakukan pengajuan proposal. Kemudian untuk pembayaran kontribusi dapat dilakukan di menu pembayaran dengan memasukkan nomor polis nasabah yang dapat dilihat di E-Polis yang diterima nasabah melalui email maupun polis asli yang biasanya diberikan oleh tenaga pemasar kepada nasabah. Namun pembayaran kontribusi ini saat ini belum

tersedia untuk banyak bank. Dan untuk jenis bank yang dapat melakukan pembayaran kontribusi berbeda antara asuransi konvensional dan syariah. Untuk asuransi syariah saat ini dapat dilakukan pembayaran dengan m-banking hanya melalui Bank Permata dan Bank Muamalat. Beberapa sistem pembayaran kontribusi lain yang disediakan Prudential Syariah untuk produk asuransi syariah yakni via e-commerce Tokopedia, Auto Debet Rekening Bank, Auto Debet Kartu Kredit BCA Card, VISA dan Master Card.

Adapun beberapa perbedaan yang akan terjadi jika diimplementasikan digitalisasi dengan tanpa digitalisasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Perbedaan sistem yang berlaku di Kantor Prudential Syariah dengan dan tanpadigitalisasi

Tanpa Digitalisasi	Dengan Digitalisasi
Pembayaran Kontribusi sebelumnya dominan menggunakan metode jemput/titipan kepada tenaga pemasar	Walaupun masih terbilang terbatas untuk produk asuransi syariah, namun saat ini Prudential sudah menyediakan jasa pembayaran via mobile banking maupun atm untuk beberapa bank dan autodebet yang <i>available</i> untuk di lebih banyak jenis bank-bank yang ada di Indonesia
Sebelumnya proposal dibuat dengan metode pengisian formulir dan cukup menguras waktu karena proses pengambilan formulir, pengisian, dan penyerahan kembali kepada tenaga pemasar saat formulir telah selesai diisi. Belum lagi tidak semua orang memahami semua pertanyaan yang disebutkan dalam sebuah formulir	Proposal dibuat melalui aplikasi PRUforce saat itu juga didepan pembeli polis sehingga dapat selesai pada saat itu juga dan sudah dipastikan kesesuaian dan kebenarannya dengan identitas pembeli.
Tenaga Pemasar harus mengantarkan	Prudential Indonesia telah menyediakan

<p>polis kepada nasabah untuk memastikan nasabah memiliki polis</p>	<p><i>E-Polis</i> yang dikirim langsung melalui email nasabah yang terdaftar dan hanya dapat diakses oleh nasabah tersebut, meskipun hingga saat ini tenaga pemasar masih berkewajiban mengantar polis dalam bentuk hardcopy ke nasabah langsung.</p>
---	---

Sumber: Direktur Operasional Prudential Syariah Cabang Binjai

2. Peran Digitalisasi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai.

Digitalisasi menurut Direktur Operasional Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sampai hari ini telah memudahkan pekerjaan dan urusan para tenaga pemasar terlebih dalam bidang perekrutan dan transaksi pembelian polis oleh nasabah itu kenapa digitalisasi tentu telah berperan aktif dalam pertumbuhan jumlah nasabah Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai hari ini . Meskipun saat ini pemanfaatannya masih belum maksimal di berbagai bidang, namun Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai percaya bahwa jika digitalisasi ini lebih optimal nantinya, akan membawa pengaruh besar terhadap efektifitas, efisiensi dan tentunya peningkatan jumlah nasabah sebagaimana menurut (Wandi, 2021) bahwa tujuan layanan digital pada dasarnya adalah untuk membantu pekerjaan seseorang atau organisasi mana pun, dan bantuan praktis yang ditawarkan membuat segala sesuatunya mengalir lebih cepat dan efektif sekaligus menghemat waktu dan tenaga. Kemudian, untuk dapat mencapai tujuan tersebut tentu terdapat kendala-kendala yang harus diselesaikan oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai. Dan hal ini menurut para tenaga pemasar sudah mulai banyak dibahas secara serius serta sudah mulai direncanakan strategi dalam menyelesaikan beberapa kendala-kendala tersebut seperti kebutuhan waktu adaptasi dengan pasar sehingga saat ini digitalisasi belum dapat dimanfaatkan dengan optimal. Prudential Syariah Cabang Binjai saat ini masih focus terhadap optimalisasi pemanfaatan digital dari sisi tenaga pemasar dan manajemen kantor. Sebagai bentuk inovasi dan tanggapan terhadap perkembangan teknologi ini, para tenaga pemasar di Prudential Syariah Cabang Binjai ini sudah sejak 2017 dibekali dan diwajibkan untuk menggunakan sistem digital berbasis aplikasi untuk mengcover kegiatan-kegiatan yang dilakukan tenaga pemasar baik dalam memasarkan produk maupun merekrut anggota baru. Sebenarnya menurut Direktur Operasional Prudential Syariah Cabang Binjai (Dino, 2022) pemanfaatan digital dari sisi nasabah juga sudah digaungkan oleh beberapa tenaga pemasar, namun dinilai masih belum berperan secara aktif dalam urusan peningkatan jumlah nasabah.

Hal ini juga menjadi salah satu sumbangsih penyebab dari tahun 2020 ke tahun 2021 Prudential Syariah Cabang Binjai ini mengalami penurunan jumlah nasabah padahal saat itu merupakan puncaknya penyebaran virus covid-19 dimana masa itu banyak masyarakat yang mulai sadar akan kepentingan asuransi. Namun agaknya peluang tersebut belum mampu ditangkap dengan penuh mengingat kegiatan di Prudential Syariah Cabang Binjai masih belum dominan berbasis digital, terlebih pada masa penyebaran covid-19 tersebut melarang semua orang berinteraksi sosial secara langsung dan semua kegiatan dialihkan secara virtual yang mengharuskan pemanfaatan dan keliwaian semua orang dalam menggunakan sistem digital.

Namun dengan diwajibkannya seluruh tenaga pemasar menggunakan sistem digital berbasis aplikasi untuk seluruh kegiatan pemasarannya juga merupakan salah satu upaya

Prudential Syariah Cabang Binjai untuk terus berusaha menguatkan dan membiasakan seluruh lingkungan kerja mereka agar kedepannya bisa optimal dalam penggunaan sistem digital. Dengan sistem ini para tenaga pemasar juga dapat menghemat waktu dan tenaga dalam memasarkan produk sehingga bisa lebih maksimal melakukan pemasaran. Sebagai kantor yang bertanggungjawab dalam manajemen seluruh tenaga pemasar dan focus terhadap penjualan dengan sistem ini Prudential Syariah Cabang Binjai juga dimudahkan dalam memantau pertumbuhan jumlah nasabah.

3. Kinerja Digitalisasi yang dirasakan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai dalam korelasinya dengan jumlah nasabah saat ini.

Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sadar bahwa digitalisasi sangat berpengaruh besar baik bagi nasabah maupun tenaga pemasar dengan efisiensi dan efektifitasnya. Seluruh kegiatan asuransi syariah yang berbasis digitalisasi pasti akan sangat cepat, transparan, efisien dan lebih mudah serta tidak banyak menghabiskan biaya konsumsi, administrasi, transport dan biaya marjinal lainnya.

Salah satu fenomena yang pasti akan sangat berubah kearah lebih baik di industry asuransi dengan adanya digitalisasi ini adalah sistem pembayaran offline dengan cara titipan/penjemputan oleh tenaga pemasar yang selama ini menjadi sumbangsih terbesar cikal bakal rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap asuransi. Jika sistem ini dapat berubah menjadi sistem digital sepenuhnya yakni seperti pembayaran via mobile banking untuk seluruh bank yang ada di Indonesia, via QRIS, dompet digital seperti OVO, DANA dan platform-platform pembayaran online lainnya pasti akan memudahkan dan membuat nasabah merasa aman sehingga dapat menjadi titik balik kepercayaan masyarakat terhadap industry asuransi.

Untuk pemanfaatan sistem digital ini, Prudential Syariah Cabang Binjai sendiri sudah terbilang cukup tanggap karna sudah sejak 2017 sudah mulai tegas menginisiasikan tenaga pemasar untuk wajib menggunakan aplikasi. Dan terbukti ini membawa pengaruh yang sangat besar dari sisi para kemudahan pemenuhan kewajiban tenaga pemasar karena dapat cepat menyelesaikan semua tugas-tugas keagenannya dengan aplikasi ini. Namun dari sisi peningkatan jumlah nasabah dengan kondisi implemnetasi digitalisasi yang telah dilakukan sampai saat ini masih belum berpengaruh cukup besar terhadap jumlah nasabah yang ada. Minimnya pengaruh digitalisasi terhadap pertumbuhan jumlah nasabah ini tentu diiniasi oleh kurann optimalnya pemanfaatan digitalisasi itu sendiri di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai yang disebabkan oleh beberapa hal diantaranya:

a. Generasi Muda Belum Menjadi Target Pasar Utama

Dilihat dari observasi langsung dengan metode turun ke lapangan bersama beberapa tenaga pemasar, dapat diketahui bahwasasaran utama yang dituju tenaga pemasar kantor prudential syariah cabang binjai adalah rumah tangga yang dinilai cukup dalam segi financial atau minimal memiliki usaha tambahan pribadi. Hal ini tentu menimbang beberapa alasan antara lain sesuai dengan pernyataan Komisaris Prudential Syariah Cabang Binjai saat menyampaikan materi kepada mahasiswa magang UINSU pada Januari 2022, bahwa hanya ada dua alasan yang membuat seseorang menolak untuk membeli polis asuransi, yakni: 1) Paham konsep asuransi namun tidak mampu secara financial dan 2) Mampu secara financial namun tidak memahami konsep asuransi. (Henny, 2022) . Menurut (Henny, 2022) seseorang pasti tidak ragu membeli polis asuransi jika sudah memenuhi dua pertimbangan tersebut yakni sudah memahami konsepnya dan memang mampu secara financial untuk membayar kontribusi.

Kemudian untuk saat ini di era milenial ditengah pesatnya perkembangan teknologi, sangat mungkin ada generasi muda yang paham konsep asuransi dan mampu secara financial, menimbang saat ini generasi muda sudah sangat berbeda dengan masa

sebelumnya. Dimana saat ini para generasi muda mulai aktif dan kreatif dalam bekerja maupun berwirausaha di usia mudanya sehingga banyak generasi muda yang sudah cukup dari segi financial. Menimbang kembali dengan adanya perkembangan teknologi hari ini membuat pengetahuan sangat mudah diakses dan didapatkan darimana saja, sehingga berkaitan dengan konsep asuransi seharusnya anak-anak muda saat ini sudah dapat memahaminya tanpa harus bertemu dengan tenaga pemasar dulu. Maka seharusnya melihat dari keadaan dan fenomena yang terjadi anak muda justru seharusnya dapat menjadi target pasar yang berpotensi lebih besar dalam pemasaran asuransi terlebih asuransi syariah.

Namun menurut (Dino, 2022) untuk lingkungan kerja dan target pasar di Binjai ini masih sangat minim anak muda yang ideal sebagaimana disebutkan di atas. Sejauh ini justru rumah tangga yang memiliki usaha pribadi walaupun kecil-kecilan lah yang akhirnya menjadi nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai. Hal ini kemudian berdampak terhadap implementasi digitalisasi yang dilakukan Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai karena rata-rata rumah tangga ini merupakan suami istri dengan rentang usia 35 tahun ke atas dan terbilang masih terlalu *basic* dalam menggunakan sistem digital, sehingga butuh waktu untuk dapat mensosialisasikan penggunaan aplikasi kepada mereka. Direktur Operasioanal Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai juga menegaskan bahkan beberapa diantaranya juga ada yang menganggap anjuran menggunakan aplikasi ini justru merepotkan mereka.

b. Kurangnya Tenaga Pemasar dari Kaum Milenial

Selain kurangnya pasar generasi muda yang menjadisasaran penjualan produk asuransi, dari sisi pemasaran juga membutuhkan agen dari kaum milenial untuk mulai melakukan regenerasi dan pengalihan kegiatan berbasis digital. Digitalisasi akan sulit diimplementasikan jika subjek yang menjalankan masih enggan dan kesulitan dalam menjalankan teknologi berbasis digital dalam kegiatannya. Sewajarnya tenaga pemasar sebagai pihak yang akan menemui calon nasabah dari awal sudah harus cakap dan sangat milenial sehingga perlahan target pasar juga bisa bergeser dari rumah tangga menuju kaum milenial, sehingga kemudian asuransi dapat menjadi tren dalam perencanaan keuangan di kalangan anak muda dan dapat berkembang sangat pesat kedepannya.

c. Tenaga Pemasar Masih Menggunakan Metode Tradisional dalam Melakukan Pemasaran

Sebenarnya semua hal yang telah disebutkan diatas sampai dibagian ini memiliki korelasi. Dimana karena kurangnya tenaga pemasar dari kaum milenial berimplikasi terhadap metode pemasaran yang digunakan. Metode pemasaran yang digunakan para tenaga pemasar Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai saat ini diantaranya:

- 1) Melakukan penawaran secara door to door;
- 2) Mendatangi titik keramaian/ tempat-tempat umum;
- 3) Meminta rekomendasi nasabah oleh nasabah yang sudah membeli polis.

Dari hal tersebut masih dapat sangat dirasakan bahwa dengan metode ini, pengetahuan masyarakat tentang urgensi dan manfaat asuransi tidak akan diterima secara merata dan luas, karena hanya disampaikan dibeberapa titik yang sudah ditentukan saja. Hal ini juga dapat menimbulkan kesan bahwa bukan masyarakat yang membutuhkan asuransi, namun tenaga pemasar lah yang membutuhkan nasabah. belum lagi, dengan metode tradisional door to door, informasi yang didapatkan nasabah hanya dari tenagapemasar tanpa akses dari website dan sistem informasi digital resmi lainnya yang memungkinkan tenaga pemasar missed memberikan informasi yang kemudian berdampak kepada kecewanya masyarakat atas *missed* informasi yang disampaikan tenaga pemasar yang tidak bertanggungjawab sehingga menyebabkan jumlah nasabah di Kantor Prudential

Syariah Cabang Binjai menurun.

Meskipun demikian, sosialisasi dan interaksi antara nasabah dengan tenaga pemasar sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan pembelian polis asuransi. Industri asuransi juga masih sangat membutuhkan tenaga pemasar untuk menjembatani kesulitan dan konsultasi langsung para nasabah. Hadirnya tenaga pemasar ditengah masyarakat membuat masyarakat akhirnya melek dan merasa aman terhadap industry asuransi. Namun kembali lagi, industry asuransi dan Prudential Indonesia terutama Prudential Syariah harus bisa beradaptasi terhadap perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat hari ini, sehingga tujuannya bukan lagi sekedar menjual produk asuransi syariah namun meng- *influence* masyarakat yang lebih luas agar tercipta trend asuransi sebagai kebutuha, sehingga bukan tenaga pemasar lagi yang mendatangi dari satu pintu ke pintu lain, namun bagaimana hanya dengan satu cara tenaga dapat meng-*influence* masyarakat agar kemudaiian masyarakatlah yang mencari dan menghubungi tenaga pemasar untuk konsultasi pembelian polis asuransi.

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai sudah mengadopsi sistem digital berbasis aplikasi dengan penggunaan PRUForce dari sisi tenaga pemasar serta PRUaccess dan PULSE dari sisi nasabah. Serta dari sisi pembayaran sudah tersedia pembayaran premi melalui mobile banking melaluBank Permata dan Bank Muamalat untuk produk asuransi syariah.
2. Sistem digital yang diadopsi oleh Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai berperan sebagai metode peningkatan layanan dan upaya mencapai misi Prudential Indonesia untuk dapat menggenjot pertumbuhan nasabah dengan kemudahan, kenyamanan dan fleksibilitas yang ditawarkan.
3. Saat ini korelasi antara digitalisasi dengan jumlah nasabah di Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai dirasakan melalui salah satu Aplikasi Keagenan yakni PRUFroce. Untuk pemanfaatan PRUForce cukup dominan karena dengan dimanfaatkannya PRUForce ini tenaga pemasar menghemat lebih banyak waktu untuk menyelesaikan urusan rekrutmen maupun pengajuan proposal calon nasabah baru sehingga memungkinkan para tenaga pemasar untuk bertemu dengan lebih banyak calon nasabah dan berpotensi meningkatkan jumlah nasabah daripada saat masih menggunakan sistem SQS dengan mengisi formulir tertulis. Sementara dari sisi nasabah untuk PRUaccess sudah tidak dimanfaatkan lagi karena dialihkan ke PULSE. Namun penggunaan PULSE saat ini masih belum berpengaruh besar karena masih minim digunakan oleh nasabah memngingat pasar Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai ini merupakan orang-orang yang masih *basic* dalam pemanfaatan sistem digital, tak jarang justru para nasabah merasa direpotkan saat dianjurkan menggunakan PULSE. Untuk pembayaran via mobile banking juga masih belum menjadi daya tarik yang cukup kuat untuk meningkatkan jumlah nasabah karena masih terbatas untuk beberapa bank saja.

B. Saran

1. Kantor Prudential Syariah Cabang Binjai harus mulai merekrut generasi muda untuk dapat bergabung dan berkolaborasi dengan seluruh tenaga pemasar sebelumnya untuk dapat mengoptimalkan adopsi dan pemanfaatan sistem digital agar dapat menciptakan lingkungan kerja yang berbasis digital.
2. Untuk para tenaga pemasar sebaiknya mulai dapat berevolusi menggunakan metode pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital, seperti metode sosial media dalam melakukan pemasaran. Salahsatunya dengan membuat konten yang bersifat edukatif dan informatif tentang asuransi syariah sehingga dapat meng-*influence* lebih banyak lingkup

audience dengan efektif, ringkas dan mudah agar asuransi syariah dapat menjadi trend kedepannya jadi tidak terbatas hanya melakukan pemasaran untuk daerah binjai dan sekitarnya. Tenaga pemasar juga diharapkan dapat menyampaikan informasi dengan sebenar-benarnya sehingga mengurangi resiko *missed* komunikasi dan kekecewaan serta kehilangan kepercayaan dari masyarakat terhadap produk asuransi syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait digitalisasi dan korelasinya dengan pertumbuhan nasabah di industri asuransi syariah mengingat masih banyaknya kekurangan yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, R. K. (2016). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. J-ART.
- Ahmad Zikri1, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Ahmadi, B. R. N. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Press FEBI.
- Ali, A. M. H. (2011). Telaah Umum Tentang Asuransi Syariah Di Indonesia. *Al-Iqtishad*, III(1), 49–64.
- Alsakinah, R., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Perkembangan Asuransi Syariah Indonesia pada Masa Pandemi COvid-19. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(2), 111–121.
- Aprilia, H. D., & Cahyaningtias, A. (2021). Pemanfaatan E-Office sebagai Praktik Paperless Office. *Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 3(3), 377–384.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Teknologi Pendidikan*, 10, 46–62.
- Diani, F., & Lubis, F. A. (2022). Analisis Implementasi E-Katalog Terhadap Perkembangan UMKM di Kota Medan dalam Mendukung Kemajuan Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1970–1981.
- Dienillah, Aulia Fahmi; Dewi, A. O. P. (2018). Upaya Penyelamatan Informasi Melalui Proses Digitalisasi Arsip Akta Kelahiran di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pekalongan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(3), 131–140.
https://www.mendeley.com/catalogue/2004b607-6304-3a32-a19f-71eab98d193d/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.8&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Beeef22640-af8b-4e45-ae06-fe6f1ad1205d%7D
- Fauzi, M. U., & Khoiriyah, M. (2017). Revolusi Industri. *Diakronika*, 17(1), 88.
<http://diakronika.ppj.unp.ac.id/index.php/diakronika/article/view/18/7>
- Fauziah, Wike, P., Rabiyyatul, J., Sapinah, Fadilllah, A. S., Zainal, A., Acai, S., Aditya, W., Pahri, S., Ansari, & Hafipah. (2020). *Pengantar Bisnis (Perspektif Digitalisasi Bisnis)* (Hartini (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Ghufron, M. . (2018). Revolusi Industri 4.0: Tantangan, Peluang, Dan Solusi Bagi Dunia Pendidikan. *Seminar Nasional Dan Diskusi Panel Multidisiplin Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2018*, 1(1), 332–337.
- Ilyas, F. (2021). Analisis Swot Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Dan pemberlakuan Pembatasan Kebijakan Masyarakat (Ppkm) Terhadap Dampak Ekonomi Di Tengah Upaya Menekan Laju Pandemi Covid-19. *Jurnal Akrab Juara*, 6(3), 190–198.

Jamaludin, Sulistianto, Debby, M., Wikansari, R., Fachrurazi, Hiswanti, Nurofik, A., Zein, A., Wahim, I., & Veza, O. (2020). Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis. In C. P. Tri (Ed.), *Kompas.com*. Cendikia Mulia Mandiri. <https://vik.kompas.com/sejarah-kompascom/>

Nurbaiti, M., Ekonomi, F., Uin, I., & Utara, S. (2021). *Nabillah Purba*. 9(2), 91–98.

Komputer, J. I., & Jikem, M. (2022). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*. 2(1), 923–926.

Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2021). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR : Jurnal Pengembangan Ekonomi Islam*, 4(2), 141–163.
<https://doi.org/10.30762/itr.v4i2.3044>

Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>

Lubis, A. M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Peer To Peer Lending Dan Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Umkm Kota Medan). *Skripsi*, 13(2), 90–102.

Mubarak, A. R. (2017). *KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH (Studi di PT . Asuransi Jiwa Bersama Syariah Bumiputera Cabang Malang)SKRIPSI*.

Nuranggraeni, I. (2020). Inovasi Financial Technology (Fintech) pada Asuransi Syariah (Studi kasus: PT Duta Danadyakasa Teknologi). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9(2), 94.
[https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(2\).94-103](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(2).94-103)

Nurul, I. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah* (I. Saiful (ed.)). Gaung Persadar Press Group.

Palupi, Y. (2015). Digital Parenting Sebagai Wahana Terapi Untuk Menyeimbangkan Dunia Digital Dengan Dunia Nyata Bagi Anak. *Seminar Nasional Universitas PGRI Yogyakarta*, 47–50.

Purwiyantiningsih, E. (2008). Prinsip Itikad Baik Berdasarkan Pasal 251 Khd Dalam Asuransi Kerugian. *Jurnal Dinamika Hukum*, 8(3), 241–248.
<https://doi.org/10.20884/1.jdh.2008.8.3.81>

Putra, C. M., Muhammadiyah, M., & ... (2021). Transparansi PengadaanBarang/Jasa Di Kantor Layanan Pengadaan Secara Elektronik Kota Makassar. *Kajian Ilmiah Mahasiswa ...*, 2.
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/4590>

Quraish, S. M. (2017). *Tafsir al-mishbah : pesan, kesan, dan keserasian Al Qur'an / M. Quraish Shihab* (Cetakan I). Perpustakaan Umum Islam Jama.

- Rahimahullah Abdurrahman bin Nashir As-Sa'dly. (2021). *Terjemahan Tafsir As Sa'dy: Taisir Karim Ar Rahman Fi Tafsir Kalamil Mannan (Al-Fatiha dan Juz Amma)* (K. S. Anbiya (ed.)). Yayasan Indonesia Bertauhid.
- Rizal, N. A., Astrie, K., Fitrizal, S. D., & Adhi, P. (2022). *Artificial Intelligence dan Manajemen Keuangan* (I). Diandra Kreatif.
- Sri Maharsi. (2000). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 127–137. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15673>
- Sri, S. N. (2021). *Sisi Lain Ekspansi Bisnis Franchise dan Tantangan Era Digitalisasi (Orasi Ilmiah Pengangkatan Guru Besar)*. Nilacakra.
- Tuwu, D. (2020). Kebijakan Pemerintah Dalam Penanganan Pandemi Covid-19. *Journal Publicuho*, 3(2), 267. <https://doi.org/10.35817/jpu.v3i2.12535>
- Wandi, R. A. (2021). *Penerimaan Dana Zakat (Studi Kasus Baznas Kota Medan) Skripsi Oleh : Wandi Riyaldi Ahmad Telaumbanua Universitas IslamNegeri 2021 M / 1442 H*.
- Wijoyo, H. (2020). *Digitalisasi UMKM*. ICM Publisher.
- Wuryantai, A. E. W. (2013). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 1(2), 131–142. <https://doi.org/10.24002/jik.v1i2.163>