

**ANALISIS PRODUKTIVITAS KERJA AGEN UNIT PEMASARAN  
SYARIAH PADA PT. ASURANSI JIWA SYARIAH  
BUMIPUTERA CABANG MEDAN**

**Feri Wijaya, Zuhrinal M. Nawawi, Wahyu Syarvina**

[aritonangferi@gmail.com](mailto:aritonangferi@gmail.com)

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id](mailto:zuhrinal.nawawi@uinsu.ac.id)

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[wahyusyarvina@uinsu.ac.id](mailto:wahyusyarvina@uinsu.ac.id)

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Abstrak**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui carameningkatkan pemasaran dalam produktivitas kerja agen guna meningkatkan target nasabah yang telah ditentukan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan dan analisis produktivitas kerja agen pada PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan PT AJS Bumiputera Cabang Medan untuk meningkatkan produktivitas agen hal yang dilakukan adalah memberikan pelatihan terhadap tiap agen mengenai produk, melakukan konsolidasi dan remunerasi setiap tahunnya, dan melakukan kunjungan dan pementapan produk. Analisis produktivitas agen PT AJS Bumiputera Cabang Medan setelah dianalisis masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari bahwa *Senior Executive Agent* menghasilkan nasabah sebanyak 100 orang. Pada *Senior Agent* menunjukkan angka 61 yang berarti setiap *Senior Agent* akan menghasilkan 44 orang nasabah. *Junior Agent* menunjukkan angka 44 yang berarti setiap *Junior Agent* akan menghasilkan 44 orang nasabah.

**Kata kunci :** Agen, Pemasaran, Produktivitas.

**Abstract**

The purpose of this research is to find out how to increase marketing in agent work productivity in order to increase the target customers that have been determined at PT. Bumiputera Sharia Life Insurance Medan Branch and agent work productivity analysis at PT. Bumiputera Sharia Life Insurance, Medan Branch. This study used a qualitative method using data collection techniques in the form of interviews and documentation. The results of this study indicate that the marketing strategy carried out by PT AJS Bumiputera Medan Branch to increase agent productivity is to provide training to each agent regarding products, consolidate and remuneration every year, and conduct product visits and stabilization. Analysis of the productivity of PT AJS Bumiputera Medan Branch agents after analysis was still relatively low. This can be seen from that the Senior Executive Agent produced 100 customers. The Senior Agent shows the number

61 which means that each Senior Agent will produce 61 customers. Junior Agent shows the number 44 which means that each Junior Agent will produce 44 customers.

**Keywords :** Agent, Marketing, Productivity.

## **A. PENDAHULUAN**

Sumber daya manusia di dalam suatu perusahaan memegang peranan yang penting. Salah satu pemicu suatu keberhasilan perusahaan dikarenakan oleh sumber daya manusia, yaitu suatu karyawan yang merupakan dari suatu keseluruhan (Mangkunegara, 2014). Sebagai modal utama bagi suatu perusahaan, karyawan perlu mengelola agar terjalannya tingkat produktivitas yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di dalam perusahaan asuransi jiwa syariah. Sebab kunci sukses suatu perusahaan bukan hanya pada keunggulan teknologi dan ketersediaan dana saja. Akan tetapi faktor manusia merupakan faktor yang terpenting pula. Sumber daya manusia memegang peranan penting dalam setiap penyelenggaraan kegiatan perusahaan meskipun peranan dan fungsi dari tenaga kerjatelah banyak digantikan dengan teknologi yang semakin canggih. Tetapi pada kenyataannya sampai saat ini tenaga kerja masih menjadi faktor yang penting dalam menentukan jalannya proses produksi. Maka dari itu setiap perusahaan menghendaki agar setiap tenaga kerja dapat bekerja secara efektif dan efisien.

Salah satu masalah utamadalam ketenagakerjaan di Indonesia adalah produktivitas kerja yang rendah, Indonesia perlu mengembangkan keunggulan komparatif yang dinamis yakni sumber daya manusia yang berkualitas, produktif dan profesional. Produktivitas kerja adalah rasio dari hasil kerja dengan waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk dari seorang tenaga kerja (Sutrisno, 2009).

Meski sebuah perusahaan telah memiliki financial yang kuat, bahan baku yang tersedia, memiliki teknologi yang canggih serta ditunjang dengan sistem manajemen yang baik, jika sumber daya manusia nya tidak memadai maka seluruh faktor tersebut tidak dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan. Manajemen sumber daya manusia merupakan proses penarikan, seleksi, pengembangan, pemeliharaan dan penggunaan sumber daya manusia dalam rangka untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Rokhman, 2011).

Produktivitas yang tinggi dalam industri mencerminkan keadaan dari pekerja yang dapat pekerja dengan baik dan penuh konsentrasi, serta punya motivasi yang

tinggi untuk bekerja dan juga pekerja yang baik harus bekerja sesuai bidang atau keahlian masing-masing, jika tidak sesuai maka pekerja tidak bisa melakukan pekerjaan dengan optimal dan dari pekerjaan yang dikerjakan tenaga kerja juga harus memperoleh upah atau gaji yang sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.

Produktivitas kerja merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Produktivitas menunjukkan bahwa individu merupakan perbandingan diri efektivitas keluaran pencapaian untuk kerja maksimal dengan efisiensi dalam satu masukan (tenaga kerja) yang mencakup kualitas, kuantitas dalam waktu tertentu (Sadarmayanti, 2009). Produktivitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini dapat diimplementasikan interaksi antara tenaga kerja dan nasabah yang mencakup:

- a) Ketepatan waktu : berkaitan dengan kecepatan memberikan tanggapan terhadap keperluan nasabah.
- b) Penampilan tenaga kerja : berkaitan dengan kebersihan dan kecocokan dalam berpakaian
- c) Kesopanan dan tanggapan terhadap keluhan : berkaitan dengan bantuan yang diberikan dalam menyelesaikan masalah-masalah yang diajukan pelanggan.

Produktivitas memiliki dua dimensi, pertama efektivitas yang mengarah kepada pencapaian untuk kerja yang maksimal yaitu pencapaian target yang berkaitan dengan kualitas, kuantitas, dan waktu. Kedua yaitu efisiensi yang berkaitan dengan upaya membandingkan input dengan realisasi penggunaannya atau bagaimana pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan (Rahardja, 2010). Efisiensi mengangap bahwa tujuan-tujuan yang benar telah ditentukan dan berusaha untuk mencari cara-cara yang paling baik untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Efisiensi hanya dapat dievaluasi dengan penilaian-penilaian relatif, membandingkan antara masukan dan keluaran yang diterima. Input bisa mencakup biaya produksi (production cost). Sedangkan biaya output bisa terdiri dari pemasaran (agen).

Penjualan memasarkan produk konsep yang pada akhirnya membawa kita kepada pengertian produktivitas tenaga kerja. Dalam proses penjualan produk, agen atau penyedia produk dan jasa memberikan kepemilikan suatu bekerjasama dengan pasar untuk menciptakan pertukaran dengan maksud agar memenuhi kebutuhan dan

keinginan manusia (Tantri, 2009). Maka dari itu kita kembali ke konsep sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

Dalam pemasaran harus memiliki kemampuan menciptakan adanya kreativitas dan inovatif. Karena kreativitas yakni mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Sedangkan inovasi adalah mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya. Sifat inovatif ini akan mendorong bangkitnya kembali kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis (Abdullah, 2011). Khususnya, agen mempelajari bagaimana menjadi lebih profesional dalam hal manajemen produk mereka.

Ukuran produktivitas yang paling terkenal berkaitan dengan tenaga kerja yang dapat dihitung dengan membagi waktu oleh setiap para agen guna lebih (Sinungan, 2009) meningkatkan produktivitas yang ada didalamnya. Karena dari itu para agen akan mendapatkan komisi setiap mendapatkan suatu nasabah, maka seharusnya agen lebih giat untuk memasarkan produk yang ada di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. Layanan utama yang diberikan terhadap nasabah adalah suatu asuransi jiwa syariah.

Pada umumnya setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari adanya masalah produktivitas kerja karyawan karena setiap perusahaan akan memakai tenaga kerja, begitu pula yang dialami oleh perusahaan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan yang mempunyai tujuan utamanya yaitu untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat atau konsumennya. Oleh karena itu perlu diperhatikan lagi sistem produktivitas pada asuransi jiwa syariah yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan dalam suatu perusahaan.

Pada hakekatnya produktivitas itu suatu pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan artinya bahwa keadaan hari ini harus lebih baik dari hari kemarin dengan mutu kehidupan esok hari, harus lebih baik dari hari ini. Pandangan hidup dan sikap mental yang demikian ini, akan mendorong manusia untuk tidak cepat merasa puas akan tetapi harus lebih mampu mengembangkan diri dalam meningkatkan kemampuan kerjanya, terlebih dahulu harus ada upaya yang bersifat pengorbanan, sehingga di dalam arti yang sederhana dan teknis, pengertian produktivitas adalah perbandingan antara hasil yang

dikeluarkan dengan sumber-sumber daya yang ada pada kurun waktu tertentu. Secara umum “produktivitas” mengandung pengertian perbandingan antara hasil yang dicapai dengan keseluruhan sumber daya yang dipergunakan.

Hasil dari wawancara awal kepada para agent di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumi Putera Cabang Medan mereka mengatakan bahwa setiap agent lebih giat mencari suatu nasabah. Maka mereka harus mencari nasabah sesuai target yang ada di perusahaan AJSB Cabang Medan agar mereka mendapatkan komisi dari setiap nasabahnya, namun jikalau tidak mendapatkan nasabah mereka hanya mendapatkan komisi 2,5% saja, hal ini lah yang mungkin menyebabkan suatu agnet harus lebih mendorong produktivitas kerja nya agar tercapainya suatu targen nasabah yang sudah ditentukan perusahaan AJSB Cabang Medan(Silalahi, 2022).

Adapun data awal yang penulis dapat dilapangan berdasarkan observasi dan wawancara dari tahun 2018 sampai 2022 dapat dilihat dengan tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Target Nasabah dan Pencapaian Nasabah**

	<b>Tahun</b>	<b>Target Nasabah</b>	<b>Baru Tercapai</b>
	<b>2018</b>	<b>940</b>	<b>920</b>
	<b>2019</b>	<b>940</b>	<b>910</b>
	<b>2020</b>	<b>940</b>	<b>890</b>
	<b>2021</b>	<b>940</b>	<b>905</b>
	<b>2022</b>	<b>940</b>	<b>915</b>

*Sumber: Data Olahan 2018-2022*

Berdasarkan data tabel diatas dapat dianalisa bahwa kenyataannya masih banyak yang belum mencapai target mencari suatu nasabah atau dari setiap pertahunnya mengalami fluktuatif. Dapat disimpulkan bahwa pencapaian mencari nasabah dengan target perusahaan tidak sebanding dengan para komisi para agent dapatkan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan.

**Tabel 1.2**  
**Sub Bagian Agen Pemasaran PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan**

<b>No</b>	<b>Sub Bagian</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>
<b>1</b>	<i>Senior Executive Agent</i>	<b>3</b>
<b>2</b>	<i>Senior Agent</i>	<b>5</b>

<b>3</b>	<i>Junior Agent</i>	<i>7</i>
	<b>Total</b>	<b>15</b>

Sumber : PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan

Pada dasarnya Senior Executive agent, Senior Agent, Junior Agent adalah suatu agent pemasaran namun yang membedakannya adalah masing-masing target yang akan dibebankan.

Produktivitas kerja bisa ditingkatkan, jika para agent bekerja dalam bersungguh-sungguh maka layak perusahaan memberikan upah lebih dalam bentuk apapun. Setelah apa yang diharapkan tercapai, maka sebagai bala jaasa atau imbalan yang telah diberikan kepada para agen adalah upah atau gaji. Kemampuan dari tenaga kerja para agent yang disebabkan oleh beberapa faktor, baik yang berhubungan dengan para agen itu sendiri maupun faktor lainnya seperti disiplin bekerja, sikap, keterampilan dan lain sebagainya(Alma, 2009).

## **B. METODE PENELITIAN**

### **Jenis Pendekatan dan Penelitian**

Pendekatan penelitian ini didekatkan pada jenis penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif adalah berupa tradisi tertentu dalam sebuah ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental memiliki ketergantungan melalui pengamatan manusia dalam ke khasannya sendiri(Tarigan, 2011). Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan kepada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu permasalahan yang dapat dilihat pada permasalahan ini dalam bentuk penelitian generalisasi. Metode ini lebih suka menggunakan teknik analisa mendalam yaitu mengkaji masalah secara kasus per kasus, karena metode kualitatif memiliki sifat satu masalah berbeda dengan masalah lainnya(Rahmani, 2016).

Kegunaan Penelitian deskriptif adalah banyak memberikan informasi yang mutakhir dan dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang berguna untuk pelaksanaan penelitian. Contohnya, mengidentifikasi faktor-faktor eksternal dan internal perusahaan untuk mengetahui Produk Mitra Mabrur Dalam Akad Mudharabah Guna Meningkatkan Produktivitas Asuransi Jiwa.

### **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Lokasi dari penelitian ini merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun penelitian ini dilakukan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera. Di jalan Iskandar Muda No. 138, Petisah Hulu, Kec. Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, 20154.

Penelitian ini yang dilakukan di PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera ini dilaksanakan dengan periode penelitian terhitung mulai dari Januari 2022- Maret 2022.

### **Subjek dan Objek Data**

Subjek penelitian ini ialah tingkat Pemasaran guna meningkatkan Produktivitas terhadap Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah pengakuan dan informasi atas penjelasan suatu agen atau Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. Tentang gambaran produktivitas pemasaran di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan.

### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan atau yang akan diterapkan untuk menganalisis dalam penelitian ini ialah: Metode Deskriptif yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data, menyusun, menginterpretasikan sehingga diperoleh gambaran yang jelas terhadap masalah yang akan diteliti.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **Strategi Pemasaran Untuk Produktivitas Kerja Agen PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan**

Strategi pemasaran dalam produktivitas kerja agen yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan untuk mencapai target konsumen yang menjadi target perusahaan dilakukan dengan beberapa taktik seperti penambahan produk baru untuk individu dan group. Strategi dirancang untuk merancang customer mind (*mind share*), alat untuk memenangkan itu, pemasar harus mampu melakukan segmentasi, menetapkan target pasar (*targeting*), dan memposisikan produk secara tepat dibenak konsumen (*positioning*) yang lebih dari

competitor. Maka pihak perusahaan biasanya memberikan agen sebuah pelatihan mengenai produk baru mulai dari nama produk, cara pendaftaran dan cara klaim produk. Pernyataan ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu staff PT Asuransi JiwaADS mengatakan:

“Biasanya kitamemberikan agen beberapa motivasi untuk target yang dicapai dan memberikan pelatihan mengenai produk baru yang akan diluncurkan oleh pihak perusahaan. Sehingga saat agen memberikan promosi ke calon nasabah tersampaikan dengan baik dan membuat calon nasabah tertarik untuk melakukan pendaftaran pada asuransi yang perusahaan tawarkan.” (wawancaraADS: 2020).

### **Hasil Analisis Produktivitas Kerja Agen PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan**

Berdasarkan data yang didapatkan pada PT AJS Bumiputera bahwa setiap tahun AJS Bumiputera menargetnya 300 orang nasabah setiap tahunnya. Akan tetapi berdasarkan data tersebut mulai dari tahun 2018 – 2022 target belum terpenuhi seperti yang diinginkan seperti halnya sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Target Nasabah 2018-2020**

No.	Tahun	Target Nassabah	Baru Tercapai
1	2018	940	920
2	2019	940	910
3	2020	940	890
4	2021	940	905
5	2022	940	915

*Sumber: AJS Bumiputera Cabang Medan Data 2018-2022*

Tabel 4.1 mendeskripsikan bahwa mulai tahun 2018 hingga 2022 jumlah target nasabah belum mencapai target. Pencapaian tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan jumlah 920. Dan paling rendah 890 pada tahun 2020. Keadaan ini menyatakan bahwa produktivitas kerja dilihat dari target belum maksimal. Maka sebelum memberikan kesimpulan maka akan dilakukan analisis menggunakan produktivitas tenaga kerja sebagai berikut:

### **Tabel 4.2** **Analisis Produktivitas Tenaga Kerja**



No	Sub Bagian	Jumlah (Orang)	Penjualan	Produktivitas Tenaga Kerja
1	Senior Executive Agent	3	300	100
2	Senior Agent	5	305	61
3	Junior Agent	7	310	44
	<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>915</b>	

Sumber: Olahdata 2022

Tabel 4.2 Menjelaskan bahwa pada bagian *Senior Executive Agent* produktivitas tenaga menunjukkan 100 yang artinya setiap *Senior Executive Agent* akan menghasilkan nasabah sebanyak 100/orang. Pada *Senior Agent* menunjukkan angka 61 yang berarti setiap *Senior Agent* akan menghasilkan 61 orang nasabah. *Junior Agent* menunjukkan angka 44 yang berarti setiap *Junior Agent* akan menghasilkan 44 orang nasabah.

Hasil ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pencapaian agen maka akan semakin meningkatkan jumlah penjualan. Keadaan ini dikarenakan semakin lama agen akan lebih memahami dan mengerti produk dan lebih cakap dalam melakukan promosi dan pemberian penjelasan kepada calon nasabah.

**Tabel 4.3**  
**Target Standart Seluruh Karyawan Pemasaran**  
**Asuransi Jiwa Syariah Cabang Medan**  
**sesuai Dengan Jenjang Karir Masing- Masing**

Jenjang Karir	Target Premi Semester I (Rp)	Target Premi Semester II (Rp)	Target Premi Tahunan (Rp)	Target Polis Tahunan
Senior Executive Agent	1.050.000.000	1.050.000.000	2.100.000.000	300
Senior Agent	1.066.890.000	1.066.890.000	2.13.780.000	305
Junior Agent	1.101.870.000	1.101.870.000	2.203.740.000	315

Sumber : Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan

Berdasarkan data tabel diatas dapat dianalisa bahwa target dengan rata-rata premi 583.000/nasabah di Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan. Dengan itu perusahaan menargetkan kepada paraagent sesuai yang telah ada diperusahaan Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Medan.

## PEMBAHASAN

Beracuan pada hasil penelitian melalui wawancara dan pengumpulan dokumentasi yang telah dilakukan maka dapat dikatakan bahwa dalam melakukan strategi pemasaran yang dilakukan PT AJS Bumiputera Cabang Medan untuk meningkatkan produktivitas agen hal yang dilakukan adalah memberikan pelatihan terhadap tiap agen mengenai produk baru dan penjelasannya tentang nama produk, tujuan produk, cara pendaftaran, tujuan klaim, cara klaim dan keuntungan produk agar agen tidak kewalahan dan dapat menyakinkan nasabah untuk tertarik mengikuti produk yang akan ditawarkan oleh agen.

Selain itu AJS Bumiputera Cabang Medan juga melakukan konsolidasi dan remunerasi setiap tahunnya, Konsolidasi ini dilakukan untuk meningkatkan hubungan antara atasan dan bawahan sehingga dapat menciptakan tim kerja yang baik dalam menjalankan target penjualan produk maupun tujuan besar yang telah direncanakan oleh perusahaan. Sedangkan remunerasi ini dilakukan untuk memotivasi para agen untuk meningkatkan produktivitas kerjanya masing-masing. Remunerasi pada perusahaan biasanya diberikan dalam bentuk upah, bonus, komisi atau uang cuti, bantuan sosial, uang pensiun, maupun asuransi untuk pihak keluarga agent.

PT AJS Bumiputera Cabang Medan juga melakukan kunjungan dan pemantapan produk yang dilakukan di beberapa perusahaan maupun kampus yang menjadi target nasabah perusahaan. Kunjungan dan pemantauan produk ini dilakukan untuk lebih mengenalkan produk kepada nasabah dan untuk menarik lebih banyak nasabah.

Analisis produktivitas agen PT AJS Bumiputera Cabang Medan setelah dianalisis masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari bahwa *Senior Executive Agent* menghasilkan nasabah sebanyak 100 orang. Pada *Senior Agent* menunjukkan angka 61 yang berarti setiap *Senior Agent* akan menghasilkan 61 orang nasabah. *Junior Agent* menunjukkan angka 44 yang berarti setiap *Junior Agent* akan menghasilkan 44 orang nasabah.

Keadaan inilah yang membuat target pencapaian perusahaan belum mencapai target penjualan produk. Target penjualan yang harusnya 940 dengan jumlah agen

sebanyak 15 orang dan seharusnya setiap agen harus mencapai 100 orang nasabah ditiap tingkatan agen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnyaGithaAlifia Sugiarto, RatnaAnggi Anastania,Risma Nilam Vansya pada tahun 2021 dengan judul“Analisis Produktivitas Usaha serta Implementasi ManajemenPemasaran dan Problem Solving pada CV. Putra Suryadi Mandiri”. hasil dari penelitian ini yaitu berbagai macam konflik diperusahaan mengelola SDM terutama dalam peningkatan kreativitas dan produktivitas karyawan, menciptakan kualitas produk yang unggul serta memberikan pelayanan yang memuaskan untuk pelanggan.(Sugiarto, 2021).Hasil ini menyatakan bahwa strategi peningkatan pengetahuan tiap agent penting dilakukan untuk meningkatkan produktivitas agen dalam memberikan penjelasan kepada calon nasabah.

Selain itu penelitian dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Produktivitas Pada Koperasi Sejahtera Bersama Cabang Pemalang” (Nurrahmawati, 2019). Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap produktivitas pada koperasi sejahtera cabang pemalang. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang dilakukan terhadap variabel strategi pemasaran. Syaiful Waris (2017). Hasil ini berkaitan dengan hasil penelitian bahwa strategi dalam pemasaran untuk meningkatkan produktivitas agen sangat diperlukan.

Peneitian dengan judul “Produktivitas Kerja Karyawan Unit Pemasaran PadaAsuransi Jiwasraya (Persero) Branch office Jember”. Hasil penelitian ini mengenai produktivitas kerja karyawan pemasaran Asuransi Jiwasraya (persero) Branch Office Jember Produktivitasnya tidak mencapai jumlah premi yang diinginkan suatu perusahaan yang ditargetkan(Wulandari, 2019).Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian bahwaagen PT AJS Bumiputera Cabang Medan juga belum bisa mencapai target yang dipatokkan oleh perusahaan.

#### **D. KESIMPULAN**

Berlandaskan hasil penelitian makaada beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari hasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan PT AJS Bumiputera Cabang Medan untuk meningkatkan produktivitas agen hal yang dilakukan adalah memberikan

- pelatihan terhadap tiap agen mengenai produk, melakukan konsolidasi dan remunerasi setiap tahunnya, dan melakukan kunjungan dan pemantapan produk
2. Analisis produktivitas agen PT AJS Bumiputera Cabang Medan setelah dianalisis masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari bahwa *Senior Executive Agent* menghasilkan nasabah sebanyak 100 orang. Pada *Senior Agent* menunjukkan angka 61 yang berarti setiap *Senior Agent* akan menghasilkan 61 orang nasabah. *Junior Agent* menunjukkan angka 44 yang berarti setiap *Junior Agent* akan menghasilkan 44 orang nasabah.

### Daftar Pustaka

- Abdullah, M. (2011). *Wirausaha Berbasis Syariah*. Antasari Press.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Alfabeta.
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber daya Manusia*. Erlangga.
- Fadilah, A. R. dan Z. M. N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Pakaian Toko Ahock Terhadap Konsumen di Kota Dolok Masihul. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1620.
- Hariyah, N. dkk. (2021). *Peningkatan Produktivitas Pemasaran Yamni Honey Dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT*.
- Hasan, A. (2010). *Marketing Syariah*. Galia Indonesia.
- Hasan, A. A. (n.d.). *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*.
- Hendi, S. dan D. K. Y. (2005). *Asuransi Takaful dari Teoritis Ke Praktik*, (Bandung: *Mimbar Pustaka*, 2005)h.1 No Title. Mimbar Pustaka.
- Iqbal, M. (2005). *Asuransi Umum Syariah dalam Praktik*. Gema Insani.
- J, R. (1986). *Produktivitas dan pengukuran* (Cetakan I). Lembaga Sarana Informasi Usaha dan Produktivitas.
- Jazwari, A. D. H. D. Y. (2002). *Lembaga – lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*. PT Raja Grafindo persada.
- Khotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. SMTG Desa Putra.
- Kusriyanto, B. (2013). *Meningkatkan Produktivitas Karyawan*. Pustaka Binaan Presindo.
- Mangkunegara, A. A. A. P. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Murtadha, M. (1995). *Pandangan Islam Tentang Asuransi dan Riba. Terjemah: Irwan Kurniawan, Ar – Riba WaAt – Ta’min*. Pustaka Hidayah.

- Nurrahmawati, A. D. (2019). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Produktivitas Pada Koperasi Sejahtera Bersama Cabang Pematang*.
- P., D. & S. T. (n.d.). *Manajemen SDM Abad 21*. Nusantara Consulting.
- P, A. B. (2017). Implementasi Safety punishment system untuk meningkatkan produktivitas kerja. *Higeia Journal Of Public Health And Development*, 1(2), 12.
- Padang, U. R. . dan W. S. (2022). Analisis Strategi Bersaing Bisnis Properti pada PT. Rizki Mandiri Barokah. *Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Bisnis Digital*, 1(2), 179.
- Puspita, L. (2017). *Strategi pengembangan Diri Agen Asuransi Syariah Dalam Mencapai Target Pada PT. Bringin Life Syariah Kota Bengkulu*.
- Puspitasari, A. W. dan R. O. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Syariah Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar Produk Jelly Motif Pada UD. Sumber Abadi Kecamatan Gedangan Kabupaten Sidoarjo*.
- Rahardja, P. dan M. M. (2010). *Teori Ekonomi Makro suatu pengantar*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan FEBI UIN-SU Press.
- Rokhman, W. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Nora Media Enterprise.
- Sadarmayanti. (2009). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas*. C.V Mandar Maju.
- Silalahi, F. I. (2022). *Wawancara*. PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.
- Sinungan, M. (2009). *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. PT. Bumi Aksaea.
- Sonny, S. (2009). *Teory dan Kebijakan Publik Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu.
- Sugiarto, G. A. dkk. (2021). *Analisis Produktivitas Usaha serta Implementasi ManajemenPemasaran dan Problem Solving pada CV. Putra Suryadi Mandiri*.
- Sula, S. M. (2004). *Asuransi Syariah*. Gema Insani.
- Sutrisno, E. (2009). *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Pernada Media.
- Tantri, F. (2009). *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 10. Rajawali Pers.
- Tarigan, A. A. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. La-Tansa Press.
- Wibowo. (2013). *Manajemen Kinerja*. Rajawali Pers.
- Wulandari, T. dan R. arifiani. (2019). *Analisis Profitabilitas Produk untuk Mengukur Kinerja Pemasaran UKM Konveksi Rockafella dan Maulidha 77, Purwakarta*.