

## BAB II

### PROFIL PANIN DAI-ICHI LIFE GENERAL AGENCY SYNERGY SEJUTA IMPIAN DAN AKTIVITAS MAGANG

#### 2.1 Sejarah dan Profil PT Panin Dai-Ichi Life



**Gambar 1.** Logo Panin Dai-Ichi Life

Panin Life adalah salah satu perusahaan asuransi jiwa yang telah melayani masyarakat Indonesia selama lebih dari 40 tahun. Merupakan bagian dari Panin Group yang bergerak di industri jasa keuangan. Didukung jaringan pelayanan dan pemasaran melalui agen, karyawan, serta berbagai mitra bisnis di berbagai kota besar di Indonesia, Panin Life bertumbuh dengan kepercayaan nasabahnya melalui reputasi pelayanan yang baik, terutama dalam hal pembayaran klaim .

Dai-Ichi Life merupakan salah satu perusahaan asuransi jiwa yang terbesar di Jepang yang mempunyai pengalaman selama 120 tahun dalam industri asuransi jiwa dengan jaringan bisnis internasional di berbagai negara di dunia. Dai-Ichi Life juga terdaftar sebagai perusahaan publik di Jepang dengan peringkat “AA-“ dari Fitch dan peringkat “A+” dari Standard & Poor’s (per Agustus 2022).

Pada tahun 2013, Panin Life dan Dai-Ichi Life berkerjasama joint-venture yang kuat dan bertransformasi menjadi Panin Dai-Ichi Life .Melalui rangkaian produk yang inovatif, Panin Dai-Ichi Life menyediakan berbagai pilihan proteksi yang dapat disesuaikan bagi kebutuhan nasabah individu maupun korporat, terutama untuk proteksi jiwa, kesehatan, investasi dan Syariah . Panin Dai-Ichi Life berkomitmen akan tetap menjaga dan terus meningkatkan kualitas pelayanannya secara berkesinambungan.

Panin Dai-Ichi Life berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sesuai dengan yang tercantum dalam Salinan Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor KEP-625/NB 1/2013 tentang izin usaha.

## 2.2 Profil dan Prestasi Synergy



**Gambar 2.** Kantor General Agency Synergy

Nama : Panin Dai-ichi Life  
Klasifikasi : Perseroan Terbatas  
Alamat : Jl. Boulevard Barat Komp. Citraland Gama City Blok R8 23  
Presiden Direktur : Fadjar Gunawan  
Ass.Business Manage : Andy Arifin  
Tahun Berdiri : 23 Maret 2020  
Bidang Usaha : Asuransi Jiwa dan Kesehatan



**Gambar 3.** Logo General Agency Synergy

Deli Serdang, 21 Maret 2020 seiring dengan pertumbuhan yang ada di berbagai wilayah di Indonesia, Panin Dai-ichi Life kian gesit untuk meningkatkan layanan dan memperkuat jaringan pemasarannya, termasuk di Deli Serdang, Sumatera Utara.

Pertumbuhan ekonomi Sumatera Utara pada tahun 2019 tumbuh lebih baik dibandingkan tahun 2018. Perekonomian Sumatera Utara diperkirakan tumbuh mencapai 5,4% setiap tahunnya. Melihat potensi tersebut, Panin Dai-ichi Life meresmikan titik pemasaran baru di kota Deli Serdang , yakni kantor general agency bernama Synergy Sejuta Impian berlokasi di Citraland Gama City, Jalan Boulevard Raya R-8 No 23, Desa Medan Estate, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

Kantor general agency Synergy Sejuta Impian adalah salah satu kantor pemasaran yang beroperasi secara independen dan merupakan titik pemasaran Panin Dai-ichi Life kedelapan di wilayah Sumatera Utara. Acara peresmian dihadiri oleh perwakilan dari Panin Dai-ichi Life, yakni Ronny Wiyanto, selaku Business Development Manajer serta para mitra bisnis dan pemilik dari kantor general agency Synergy Sejuta Impian yaitu Andy Arifin selaku direktur. Ronny Wiyanto mengatakan selaras dengan filosofi perusahaan kami yaitu “by

your side, for life”, kami berkomitmen untuk hadir dan mendampingi nasabah di setiap tahap kehidupan. Dengan diresmikannya kantor general agency Synergy Sejuta Impian, kami ingin lebih dekat dapat menjangkau kebutuhan serta melayani kebutuhan nasabah di Sumatera Utara khususnya Deli Serdang dengan lebih baik.

Prestasi Synergy Sejuta Impian di industri asuransi jiwa di Indonesia cukup mengesankan. Pada tahun 2011, Synergy Sejuta Impian berhasil meraih penghargaan "The Best Life Insurance Agency" dari Majalah Investor dan Forbes Indonesia. Penghargaan ini diberikan kepada agen asuransi jiwa yang dinilai memiliki kinerja terbaik dalam penjualan produk asuransi jiwa di Indonesia.

Selain itu pada tahun 2016, Synergy Sejuta Impian kembali meraih penghargaan "The Best Life Insurance Agency" dari Majalah Investor dan Forbes Indonesia, menunjukkan konsistensi dan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya.

Prestasi lain yang diraih oleh Synergy Sejuta Impian adalah penghargaan "Platinum Agency" yang diberikan oleh PT Panin Dai-ichi Life untuk agen-agen yang telah berhasil mencapai target penjualan tertentu dalam satu tahun.

Dalam menghadapi pandemi COVID-19, Synergy Sejuta Impian juga berhasil membuktikan diri sebagai agen yang tangguh dan adaptif dengan tetap memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya. Pada tahun 2020, Synergy Sejuta Impian meraih penghargaan "The Best Response to Covid-19 Crisis" dari Majalah Infobank, menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan dukungan dan bantuan kepada nasabah selama masa sulit ini.

Secara keseluruhan, Synergy Sejuta Impian telah menunjukkan kualitas dan kredibilitasnya sebagai salah satu agen dari PT Panin Dai-ichi Life dengan prestasi-prestasi yang telah diraihnya. Perusahaan terus berkomitmen dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan tetap tangguh dalam menghadapi tantangan di industri asuransi jiwa di Indonesia.

## **2.3 Visi dan Misi ,Budaya dan Peran Synergy**

### **1. Visi**

“ Menjadi general agency terkemuka dan terpercaya sebagai penghasil tenaga pemasar yang melayani secara profesional dan berintegritas untuk menghasilkan penetrasi asuransi jiwa di masyarakat indonesia”.

### **2. Misi**

1. Memahami kebutuhan nasabah dan memberikan layanan terpercaya serta solusi keuangan
2. Mengembangkan sinergisitas dan nilai tambah bagi tenaga pemasar dan konsisten melahirkan agency leader yang berkualitas
3. Meningkatkan profesionalitas untuk menjaga reputasi perusahaan dan general agency

### **3. Budaya Perusahaan Synergy**

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi, maka perusahaan menerapkan sebagai berikut :

#### *a. Contribotir*

- Memberikan ide,waktu dan tenaga
- Sharing, mengisi Training & Testimony
- Menjaga fasilitas bersama & memperkaya

#### *b. Supportive (Suportif)*

- Menghadiri Training
- Mendukung ide dari orang lain dengan cara partisipasi
- Support others dreams (Mendukung impian orang lain)

#### *c. Collaberatif*

- Saling mendukung kelebihan masing-masing
- Saling men-cover kekurangan / kelebihan orang lain Aim for group victory

- Aim for significant team growth (Bertujuan untuk pertumbuhan tim yang signifikan)
- Do not take credits (Jangan mengambil kredit)

## **2.4 Struktur Organisasi Synergy**

Synergy adalah general agency yang bergerak di bidang asuransi, struktur organisasi Synergy dirancang untuk memastikan bahwa setiap departemen dan tim bekerja secara efektif dan efisien dan semua keputusan serta tindakan yang diambil berada di bawah koordinasi dan pengawasan. Dengan struktur organisasi yang jelas dan terorganisir dengan baik, Synergy dapat terus berinovasi, berkembang, dan menjadi agency terpercaya di industri asuransi.

Struktur organisasi Synergy terdiri dari beberapa departemen utama yang memiliki *job description*, yaitu :

### **1. Komisaris**

Komisaris adalah anggota dewan komisaris yang bertanggung jawab antara lain mengawasi manajemen perusahaan, menetapkan kebijakan dan prosedur serta membuat keputusan strategi

### **2. Direktur Utama**

Direktur Utama (CEO) adalah posisi kepemimpinan tertinggi di perusahaan asuransi yang bertugas antara lain untuk menetapkan visi, misi, dan strategi perusahaan, membuat keputusan strategis, mengelola risiko serta membangun budaya kerja yang positif

### **3. Distributor Channel**

Distributor channel dalam perusahaan asuransi berperan sebagai penghubung antara perusahaan asuransi dan calon nasabah atau pelanggan. Tugas dan tanggung jawab distributor channel dalam perusahaan asuransi meliputi:

- a. Distributor channel bertugas mempromosikan produk asuransi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada calon nasabah atau pelanggan. Mereka harus memiliki pengetahuan yang baik tentang produk asuransi, manfaatnya, serta ketentuan dan syaratnya.

- b. Membuat presentasi penjualan
- c. Memberikan informasi yang akurat
- d. Membantu proses pengajuan klaim
- e. Mengatur administrasi dan dokumentasi
- f. Mencapai target penjualan
- g. Membangun hubungan yang baik dengan calon nasabah atau pelanggan
- h. Melakukan riset pasar.

#### **4. Operational Manager**

Operational Manager dalam perusahaan asuransi bertanggung jawab atas pengelolaan operasional sehari-hari perusahaan asuransi. Berikut ini adalah beberapa tugas dan tanggung jawab yang umumnya diemban oleh seorang Operational Manager di perusahaan asuransi:

- a. Mengelola operasional sehari-hari
- b. Memastikan kepatuhan regulasi
- c. Mengembangkan strategi operasional
- d. Mengawasi pelaporan keuangan
- e. Mengelola risiko operasional
- f. Membangun dan memelihara hubungan
- g. Mengawasi pelaksanaan program asuransi
- h. Meningkatkan efisiensi

## **5. Financial Advisor**

Seorang Financial Advisor di perusahaan asuransi bertanggung jawab untuk membantu klien memahami kebutuhan dan tujuan keuangan mereka, serta menawarkan solusi asuransi yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Berikut ini adalah beberapa tugas dan tanggung jawab yang umumnya diemban oleh seorang Financial Advisor di perusahaan asuransi:

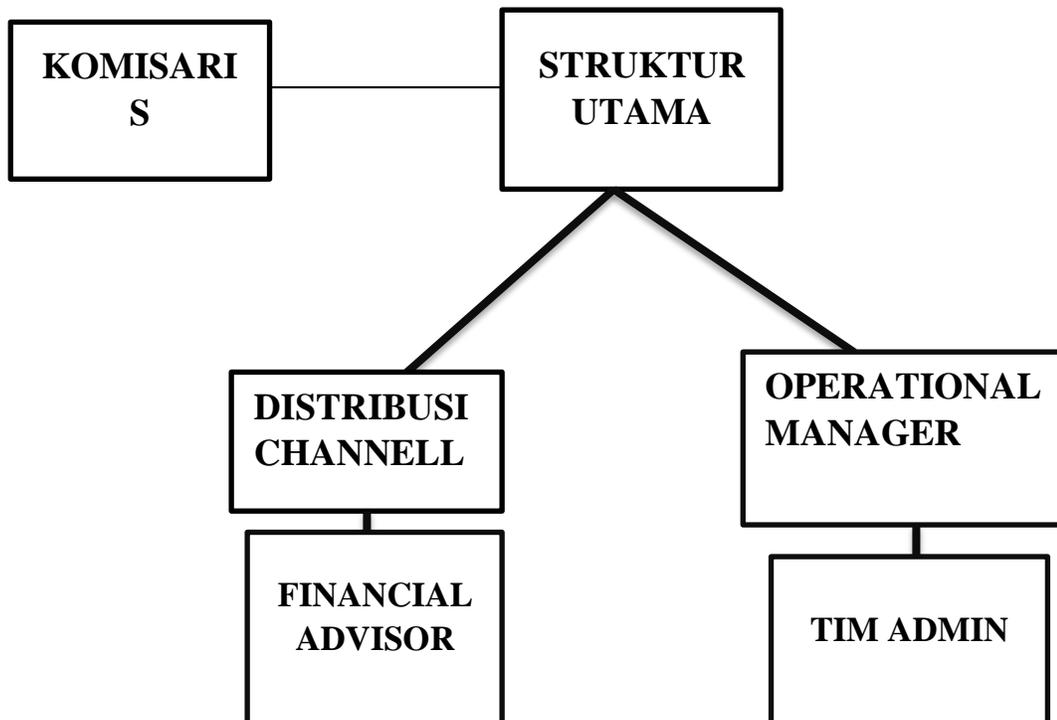
- a. Membangun hubungan dengan klien.
- b. Menyusun rencana keuangan.
- c. Menjelaskan produk asuransi.
- d. Mengelola portofolio asuransi klien.
- e. Memberikan nasihat tentang investasi.
- f. Memelihara hubungan dengan klien.

## **6. Team Admin**

Team Admin dalam perusahaan asuransi bertanggung jawab untuk membantu mengelola dan menjalankan operasi sehari-hari perusahaan asuransi.

Berikut adalah beberapa tugas dan tanggung jawab yang umumnya diemban oleh Team Admin di perusahaan asuransi:

- a. Menyediakan dukungan administratif.
- b. Menangani masalah kantor.
- c. Menangani logistik.
- d. Menangani komunikasi.
- e. Membantu rekrutmen.
- f. Menangani administrasi HR.



**Bagan 1.** Struktur Organisasi

## 2.5 Proses Bisnis Synergy

Synergy Sejuta Impian adalah salah satu perusahaan asuransi di Indonesia yang menawarkan produk asuransi jiwa dan kesehatan. Berikut adalah tahapan-tahapan proses bisnis perusahaan asuransi Synergy Sejuta Impian:

1. Identifikasi kebutuhan nasabah : Synergy Sejuta Impian akan melakukan identifikasi terhadap kebutuhan nasabah untuk menentukan produk asuransi yang paling sesuai dengan profil risiko dan kebutuhan nasabah.
2. Penawaran produk : Setelah kebutuhan nasabah teridentifikasi, Synergy Sejuta Impian akan memberikan penawaran produk asuransi yang sesuai, baik untuk produk asuransi jiwa maupun kesehatan. Penawaran ini berisi informasi mengenai manfaat, premi, ketentuan, serta risiko yang diasuransikan.
3. Pembelian polis : Jika nasabah setuju dengan penawaran asuransi yang diberikan, nasabah dapat membeli polis asuransi. Polis ini berisi informasi mengenai manfaat yang akan diterima, ketentuan pembayaran premi, syarat dan ketentuan lainnya.

4. Pembayaran premi : Setelah membeli polis asuransi, nasabah harus membayar premi sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati dalam polis asuransi. Premi ini biasanya dibayar secara berkala, misalnya bulanan atau tahunan.
5. Klaim : Jika terjadi risiko yang diasuransikan, nasabah dapat mengajukan klaim kepada Synergy Sejuta Impian. Proses klaim meliputi pengumpulan informasi dan dokumen, evaluasi risiko, serta pembayaran manfaat asuransi.
6. Layanan pelanggan : Synergy Sejuta Impian juga memberikan layanan pelanggan kepada nasabah seperti penjelasan tentang produk asuransi, pembayaran premi, dan sebagainya. Layanan pelanggan ini penting untuk menjaga kepuasan nasabah dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan nasabahnya.
7. Manajemen investasi : Synergy Sejuta Impian juga melakukan manajemen investasi untuk mendapatkan keuntungan dari investasi yang dikelola. Manajemen investasi dilakukan dengan cara mengalokasikan dana dari nasabah ke berbagai instrumen investasi, seperti saham, obligasi, atau properti.

Itulah beberapa tahapan proses bisnis perusahaan asuransi Synergy Sejuta Impian secara umum. Perusahaan asuransi dapat memiliki proses bisnis yang sedikit berbeda tergantung pada jenis produk asuransi yang ditawarkan serta kebijakan internal perusahaan.

## **2.6 Manajemen Usaha dan Pemasaran**

Synergy adalah perusahaan asuransi yang menyediakan berbagai jenis produk asuransi untuk berbagai kebutuhan. Manajemen usaha dan pemasaran asuransi di Synergy sangat penting untuk memastikan bahwa produk asuransi mereka dipasarkan dengan efektif dan mencapai target pasar yang tepat.

Beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh manajemen Synergy dalam mempromosikan produk asuransi mereka antara lain:

1. Identifikasi target pasar: Sebelum mempromosikan produk asuransi, Synergy harus memahami dengan jelas siapa target pasar yang ingin mereka capai. Mereka harus mengetahui karakteristik target pasar dan apa yang menjadi kebutuhan mereka.

2. Penetapan harga yang tepat: Synergy harus menetapkan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan target pasar, sekaligus tetap menguntungkan bagi perusahaan.
3. Promosi yang efektif: Synergy dapat mempromosikan produk asuransi mereka melalui berbagai media seperti televisi, radio, media sosial, atau brosur. Namun, promosi yang efektif juga harus dilakukan melalui agen-agen asuransi mereka.
4. Pelayanan pelanggan yang baik: Synergy harus memberikan pelayanan pelanggan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.
5. Inovasi produk: Synergy harus senantiasa mengembangkan produk asuransi baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Dengan melakukan langkah-langkah di atas, manajemen usaha dan pemasaran asuransi di Synergy dapat memastikan bahwa produk asuransi mereka dipromosikan dengan efektif dan mencapai target pasar yang tepat.

### **Intrapreneurship**

Intrapreneurship adalah suatu proses yang terkait inovasi, melakukan usaha yang berisiko dan berawal dari tindakan proaktif dalam suatu organisasi (Miller dalam Simarmata, 2012) Menurut de Jong, Parker, Wennekers, & Wu (dalam Simarmata, 2012) tiga dimensi dari intrapreneurship, yaitu inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif.

Orang atau pribadi yang proaktif adalah pribadi yang cenderung berpikir sebelum bertindak. mampu memilih respon atau tanggapan. Sikap proaktif sering kali dihubungkan dengan keseharian, memiliki tanggung jawab atas diri sendiri dalam mengambil keputusan yang menguntungkan. Dalam kegiatan internship (magang) ini penulis terbiasa untuk bersifat proaktif dengan belajar memilih respon dan tanggapan terutama pada saat berhubungan langsung dengan nasabah serta pada saat melakukan aktifitas Follow Up nasabah demi memberikan kesan yang baik bagi nasabah terhadap pelayanan yang ada di synergy.

## **Strategi Pemasaran (Jasa)**

Strategi pemasaran merupakan suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Menurut Tull dan Kahle (dalam Hidayah & Purnadi, 2017) strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran tersebut.

Jasa adalah suatu aktivitas ekonomi antara dua pihak yang menekankan terjadinya pertukran nilai antara penjual dan pembeli dipasar (Lovelock Christopher, 2010). Jika dilihat dari defenisi nya jasa termasuk, dalam produk yang bersifat intangible atau tidak berwujud dimana sumber daya manusia lebih mendominasi untuk penciptaan nilai dalam pemberian jasa. Produk Jasa yang bersifat intangible membuat startegi pemasaran yang diterapkan berupa experince untuk menciptakan kepuasan konsumen.

Strategi pemasaran salah satunya dapat dilihat dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah sebuah konsep dalam dunia bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Konsep ini juga kerap digunakan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan angka penjualan. Bauran pemasaran terdiri dari product, price, place dan promotion yang sangat membantu dalam pemasaran suatu produk. Namun dalam pemasaran jasa yang sebagian besar berhubungan langsung dengan manusia sehingga membuat perbedaan atas hasil kepuasan pelanggan. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur lainnya yaitu people, physical evidence dan process.

### *1. Product*

Produk jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

## 2. *Price*

Harga adalah sekumpulan nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

## 3. *Place*

Place adalah lokasi pelayanan jasa yang digunakan dalam menyediakan jasa kepada konsumen yang dituju dan merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada konsumen dan di mana itu akan berlangsung.

## 4. *Promotion*

Promosi adalah kegiatan untuk memperkenalkan produk, meyakinkan pembeli dengan harapan akan tergerak hatinya dan secara sukarela membeli produk tersebut

## 5. *People*

(Orang) adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

## 6. *Physical evidence*

Sarana fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa itu disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, serta setiap komponen fisik memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa tersebut.

## 7. *Process*

Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

Berikut adalah beberapa strategi pemasaran 7P yang dapat digunakan oleh perusahaan asuransi seperti Synergy:

1. *Product* (Produk) Synergy perlu menawarkan produk asuransi yang relevan dan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan konsumen dan persyaratan pasar. Mereka dapat mengembangkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan konsumen atau memperbarui produk yang ada untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saingnya.
2. *Price* (Harga) Synergy perlu menetapkan harga yang wajar dan kompetitif untuk produk asuransi mereka. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat pelanggan potensial berpaling ke pesaing, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat merusak citra dan kualitas produk mereka.
3. *Place* (Tempat) Synergy perlu menentukan saluran distribusi yang tepat untuk produk asuransi mereka, baik melalui agen asuransi, broker, atau langsung ke konsumen. Mereka perlu memastikan bahwa produk mereka tersedia di tempat-tempat yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen.
4. *Promotion* (Promosi) Synergy perlu mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk asuransi mereka ke konsumen potensial. Ini dapat meliputi iklan di media cetak atau online, promosi penjualan, dan kegiatan pemasaran langsung.
5. *People* (Orang) Synergy perlu memiliki staf yang terampil dan berpengetahuan luas tentang produk asuransi mereka. Staf harus dapat memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada pelanggan potensial dan memberikan layanan pelanggan yang baik.

6. *Process* (Proses) Synergy perlu memastikan bahwa proses bisnis mereka efektif dan efisien, mulai dari proses penjualan hingga klaim asuransi. Hal ini akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan memberikan pengalaman yang positif bagi konsumen.
7. *Physical evidence* (Bukti fisik) Synergy perlu menciptakan bukti fisik yang memadai untuk membangun citra positif produk asuransi mereka. Ini bisa berupa kantor yang modern dan bersih, atau sarana pendukung lainnya yang menunjukkan profesionalisme dan kredibilitas perusahaan.

Dengan menerapkan strategi pemasaran 7P yang tepat, Synergy dapat meningkatkan daya saingnya dalam industri asuransi dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **2.7 Produk dan Jasa Asuransi**

1. Proteksi
  - Panin Dwiguna Proteksi  
Produk asuransi jiwa yang memberikan manfaat meninggal dunia, manfaat hidup dan manfaat akhir masa pertanggungan.
2. Proteksi dan Investasi
  - Premier Multilinked Assuranse  
Produk asuransi unitlink dengan manfaat perlindungan jiwa untuk 5 anggota keluarga dalam 1 polis.
3. Proteksi Syariah
  - Multilinked Assurance Syariah  
Perlindungan hingga pihak yang diasuransikan berusia 99 tahun, dana diinvestasikan pada jenis investasi berbasis syariah, beragam asuransi tambahan untuk perlindungan lebih optimal, pembagian surplus underwriting (jika ada).

#### 4. Manfaat Tambahan

- Medical Benefit X

Dirancang secara khusus untuk memberikan perlindungan yang maksimal dan lengkap seumur hidup, untuk memastikan masa depan Anda dan keluarga terlindungi dari segala kemungkinan yang terjadi, produk ini memberikan manfaat penggantian biaya sesungguhnya dari pelayanan dan perawatan apabila tertanggung harus menjalani rawat inap, tindakan bedah dan rawat jalan sesuai plan yang dipilih.

### 2.8 PRODUK MULTILINKED YANG DI TAWARKAN

#### a. PROTEKSI DENGAN INVESTASI

Informasi Produk:

Masa Pertanggungans Hingga Tertanggung Utama berusia 99 tahun Usia Masuk

- Tahap Polis : 18 tahun -75 tahun
- Tertanggung : 1 bulan -70 tahun
- Frekuensi Pembayaran Premi
- Bulanan/Triwulanan/Semesteran/Tahunan

| No | Nama Produk   | Manfaat Produk   | Keistimewaan Produk  |
|----|---|--|--|
| 1  | Jaminan <b>Multilinkd Premier</b> (Produk asuransi unitlink dengan manfaat perlindungan jiwa untuk 5 anggota keluarga dalam 1 polis | <b>-Manfaat Meninggal</b> dalam masa pertanggungans, maka akan menanggung uang pertanggungans ditambah nilai investasi dan pertanggungans berakhir.<br><b>-Manfaat akhir masa pertanggungans</b> , Apabila tertanggung utama hidup dan polis masih aktif hingga akhir masa pertanggungans, maka akan menanggung nilai investasi dan pertanggungans berakhir. | - Biaya asuransi kompetitif<br>- Biaya akuisisi dan biaya Manajemen yang sangat kompetitif<br>- Pengelolaan dana secara aktif dalam berbagai jenis aset<br>- Penambahan dan/atau penarikan dana yang fleksibel, dapat dilakukan kapan saja dengan harga unit yang berlaku saat ini |

## 2.9 Kegiatan Magang

| No | Bulan/ Minggu  | Aktivitas  | Tempat   | Hasil   |
|----|--|--|--|---|
| 1  | September/<br>Minggu- 1<br>19-September<br>2022<br>] | Nobar&Perkenalan   | Kunjungan<br>mengenai<br>kantor<br>synergy<br>-Sun Plaza | Mengenal lingkungan kantor synergy dan mengenal agen-agen yang ada di Synergy dan Mengenal peraturan kantor<br><br>-Nobar (Nonton bareng bersama-sama dengan pars agen-agen di Sun Plaza (Nonton film yang mendapat wawasan dari film yang ditayangkan bahwa asuransi itu penting untuk setiap orang karena asuransi menjadi jaminan dan proteksi untuk melindungi dan mengurangi resiko di masa depan).  |
| 2  | Minggu – 2<br>26-<br>September2022                   | Training<br>(tentang Power<br>start, self<br>grooming, cara<br>pengguna aplikasi<br>GOPASSPORT,<br>Dan pokok-pokok<br>asuransi | Kantor<br>Syenergy                                       | Penulis menjadi tahu bagaimana sejarah tentang sejarah asuransi Panin Dai-Ichi Life Synergy ,penulis dapat pembekalan dasar dalam bisnis asuransi jiwa di Panin Dai-Ichi Life, dan mengenal produk-produk asuransi yang ditawarkan oleh synergy kepada nasabah, dan kita belajar cara mengupgarde penampilan dan penampilan,dan self grooming dapat membantu meningkatkan kepercayaan diri,menambah jaringan pertemanan,menambah kesempatan (peluang) dan agen-agen tersebut mengajarkan kita bagaimana cara menggunakan dan menampilkan aplikasi GOPASSPORT dan pengaruh asuransi. |

|   |                                 |   |                |  |
|---|---------------------------------|---|----------------|--|
| 3 | Minggu -3<br>03-Oktober<br>2022 | Training (tentang produk MB9 dan MBX, virtual power start Belajar tentang produk sharia ,dan PDKTT -Zoom Program 90 Days Batch3 | Kantor Synergy | <p>Dalam Training tersebut penulis dapat belajar dan mengenal tentang Mengenal produk asuransi kesehatan MB9 dan mengenal produk asuransi kesehatan MBX Pengenalan produk MB9 ( tentang benefit, jenis manfaat, kelebihan produk, perhitungan prorata, ketentuan produk dan pengecualian dalam produk MB9)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mendapat tips cara memulai pendekatan dengan calon nasabah yaitu dengan menambah wawasan tentang pengetahuan produk.</li> <li>- Pengenalan produk MBX (Pilihan yang dapat di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah, tambahan proteksi yang dapat di lepas pasang, dan Power Start day 3 (tentang produk sharia fundamental, peluang bisnis syariah, perbedaan produk syariah dengan produk konvensional, dan simulasi produk syariah )</li> <li>- Memulai dengan cepat pendekatan dengan nasabah di Program 90 Days Batch 3 bersama agen Financial Advisor (FA) lainnya Mengenal produk asuransi Sharia Fundamental</li> <li>- Training Topik PDKTT HICHAGRO</li> <li>- Training Program 90 Days Batch 3- Synergy Office</li> </ul> |
| 4 | Minggu -4                       | Training tentang fast start, Finish   | Kantor Synergy | Dari topik fast start penulis mengetahui bagaimana Fast Start (cara  |

|   |   |   |                |   |
|---|---|---|----------------|---|
|   | 10 -15 Oktober 2022                     | strong,dan cara mengimput data nasabah ke aplikasi GOPASSPORT |                | memulai dengan cepat, tepat dan benar), Finish Strong (membahas mengenai fokus pada tujuan akhir agar kita tahu langkah yang akan diambil)dan sukses bersama tim Synergy dan Nasabah mengetahui dasar-dasar asuransi jiwa dan mengisi data pribadi nasabah.dan Nasabah melengkapi data-data, tanda tangan dan surat vaksin, dsb.  |
| 5 | Minggu -5<br>17-21 Oktober<br>2022      | Training tentang better conversation dan prospek nasabah      | Kantor Synergy | Penulis dapat belajar mengetahui tentang better conversation (membahas bagaimana cara berkomunikasi yang baik dan menarik bagi calon nasabah yaitu cara non verbal mengutamakan visul dan penulis memprospek nasabah melalui via whattshapp dan mengetahui bagaimana berkomunikasi yang baik bagi calon nasabah dan penulis menjelaskan manfaat produk yang mau ditawarkan dan premi yang akan dibayar dan jangka waktu berlakunya polis pada calon nasabah tersebut. |
| 6 | Minggu -6<br>25-31 Oktober<br>2022      | Training tentang menciptakan perubahan untuk menang bersama   | Kantor Synergy | Penulis mengetahui bagaimana cara berkomunikasi dengan tepat kepada calon bersama dan mengetahui sistem management kegiatan dan mengetahui cara menciptakan perubahan untuk menang bersama dengan tim synergy   |
| 7 | Minggu -7<br>04-07-<br>November<br>2022 | Training sakes clinic dan prospek                             | Kantor Synergy | Penulis mengetahui jenis penolakan yang terjadi dilapangan dan tahu menjawab penolakan yang dilakukan nasabah dan mengetahui konsep perencanaan keuangan dan mengelola  |

|    |  |  |                |  |
|----|--|--|----------------|--|
|    |  |  |                | keuangan dengan baik untuk nasabah dan penulis melakukan prospek kepada nasabah dan menawarkan asuransi dan menjelaskan asuransi kepada orang tua calon nasabah yang sudah berumur 45 tahun. dan penulis sudah menawarkan asuransi tersebut tetapi orang tua saya tersebut menolak karena orang tua saya sudah gabung dengan asuransi bersama temannya di asuransi prudential. |
| 8  | Minggu -8<br>04-15<br>November<br>2022 | Training tentang medical benefit competition dan public speaking | Kantor Synergy | Penulis mengetahui cara menjadi seorang public speaking yang baik lewat teori dan praktik didepan kelas dan penulis memahami keunggulan produk asuransi di panin yang sering dipertanyakan calon nasabah dan meningkatkan rasa percaya diri saat bicara didepan umum   |
| 9  | Minggu -9<br>21-26<br>November<br>2022 | Training tentang panin dwiguna proteksi dan CHICHAGRO            | Kantor Synergy | Penulis mengetahui update tentang produk asuransi dan persyaratan tang ubah dari produk lama ke produk terbaru dan penulis mengetahui bahwa panin mengeluarkan produk terbaru produk dwiguna proteksi  |
| 10 | Minggu-10<br>28 November<br>2022       | Training tentang bagaimana cara tips mecapai target              | Kantor Synergy | Penulis mengetahui cara menyusun aktiitas dengan kegiatan sehari-hari aktivitas agar dapat mencapai target   |
| 11 | Minggu -11<br>01-02<br>Desember 2022   | Training produk syariah fundanental                              | Kantor Synergy | Penulis mengetahui produk syariah fundamental, peluang bisnis, syariah, perbedaan produk syariah dengan produk konvensional dan simulasi produk syariah dan penulis belajar mengenal aplikasi gopassport dan cara menggunakan  |

|    |                                      |   |                |  |
|----|--------------------------------------|---|----------------|--|
|    |                                      |   |                | fitur-fitur untuk membuat ilustrasi proposal   |
| 12 | Minggu -12<br>09 Desember<br>2022    | Training produk asuransi                            | Kantor Synergy | Penulis belajar produk-produk asuransi dan mengedukasi nasabah sesuai budget dan kebutuhan nasabah dan penulis mendapatkan nilai dan lulus ujian ATA power speed dengan baik dan tepat waktu   |
| 13 | Minggu -13<br>16-18<br>Desember 2022 | Training Go setting GASSI dengan nama grow together | Kantor Synergy | Penulis menjadi tahu tentang pencapaian yang di peroleh perusahaan dan gaen ditahun 2022 dan target untuk tahun 2023   |
| 14 | Minggu -14<br>20-23<br>Desember 2022 | Prospek   | -              | Penulis prospek nasabah melalui insagram/storry dan whattshapp/chatingg/face to face mempromosikan produk panin yaitu produk asuransi jiwa yang preminya murah dan cocok untuk kaum muda yang berusia 20-35 tahun  |
| 15 | Minggu -15<br>16-20 Januari<br>2023  | Training tentang design your life                   | Kantor Synergy | Penulis melakukan story instagram mengetahui cara mengelola hidup dengan goals yang spesifik, positif, dan menarik setelah mempunyai goals haruslah membangun habit yang menjadi proses atau sistem dalam mencapai goals dan attitude dalam bisnis, kelola waktu dan memperbanyak relasi/cicle yang positif. |
| 16 | Minggu -16<br>28-30 Januari<br>2023  | Training topik manfaat asuransi jiwa                | Kantor Synergy | Penulis harus mengetahui lebih detail manfaat asuransi jiwa, menambah ilmu untuk memprospek nasabah dan tidak langsung mundur dan pantang menyerah saat ditolak olh nasabah atau   |

|    |                                       |  |                   |   |
|----|---------------------------------------|--|-------------------|---|
|    |                                       |  |                   | nasabah sudah mempunyai asuransi terlebih dahulu.   |
| 17 | Minggu -17<br>06 -09 Februari<br>2023 | Training tentang<br>produk proteksi<br>dwiguna panin | Kantor<br>Synergy | Penulis mengetahui produk dwiguna dalam menabung jangka pendek serta manfaatnya,dan mengetahui cara memasarkan produk dwiguna   |
| 18 | Minggu -18<br>11-13 Februari<br>2023  | Training Activity<br>leads to<br>productivity        | Kantor<br>Synergy | Penulis menjadi tahu tentang adanya penyesuaian baru perusahaan dan mengetahui cara lebih produktif dan mengetahui tips sukses yaitu bergaul dengan orang-orang yang lebih tua dari umur kita,jangan baperan kalau ada nasabah nolak asuransi yang telah kita tawarkan ,harus berpikir positif,konsisten dan berkomitmen dengan goals yang sudah direncanakan |
| 19 | Minggu 19<br>20-25 Februari<br>2023   | Training syarat<br>sukses di bisnis<br>asuransi      | Kantor<br>Synergy | Penulis mendapatkan tips sukses yaitu bergaul dengan orang-orang yang lebih tua umurnya dari kita ,jangan baperan kalau ada nasabah nolak asuransi dan harus tetap berusaha prospek nasabah yang lain dan jangan bercil hati.   |
| 20 | Minggu – 2-<br>27 Februari<br>2023    | Training evaluate<br>recalculate                     | Kantor<br>Synergy | Penulis mengetahui cara konsisten melakukan aktivitas seperti training,create content,rekrut,kontak dan buat janji temu dengan nasabah dan disipin dan konsisten melakukan aktivitas tersebut .   |