

## BAB II

### PENDEKATAN KOMUNIKASI PEMASARAN INDUSTRI JASA ASURANSI JIWA DI INDONESIA

#### 2.1 Fenomena Pemasaran asuransi di Indonesia

Asuransi jiwa merupakan komponen krusial dalam perencanaan keuangan. Asuransi jiwa di Indonesia dipasarkan melalui 4 jalur pemasaran yakni, melalui sistem pemasaran langsung (*direct marketing*), pemasaran melalui sistem keagenan, pemasaran melalui sistem *bancassurance*, dan melalui Badan Usaha Selain Bank (BUSB). Selain itu, adanya disrupti digital menyebabkan sistem pemasaran asuransi semakin beragam. Munculya startup dalam bidang asuransi atau yang biasa disebut sebagai *insurtech* (*Insurance technology*) semakin memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memilih layanan asuransi terbaik. *Insurtech* hadir di Indonesia menyediakan berbagai jenis asuransi dan keberagaman merek untuk nasabah memilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Peran yang diadopsi oleh *Insurtech* di Indonesia adalah sebagai agregator dalam pemasaran asuransi jiwa. Agregator asuransi memberikan keuntungan kepada nasabah untuk menentukan kebutuhan asuransi yang dapat disesuaikan dengan besaran *budget* yang dimiliki. Namun kelemahan dari *insurtech* masih cenderung menyasar produk sederhana dan jumlah besaran premi di setorkan relatif kecil, apabila dibandingkan dengan kanal penjualan lainnya.

Sementara itu, jalur pemasaran yang menyumbang pendapatan premi terbesar di Indonesia masih dibukukan oleh *Bancassurance*, dengan pendapatan premi sebesar 70,89 Triliun pada tahun 2020 (Meilanova, 2021). Jalur pemasaran secara *Bancassurance* adalah sebuah jalinan kerjasama antara pihak perusahaan asuransi selaku penyedia layanan asuransi dengan pihak perbankan selaku mitra dalam rangka memasarkan produk asuransi. Terdapat perbedaan *Bancassurance* dan jalur pemasaran asuransi lain, yakni penawaran produk asuransi dilakukan oleh pihak bank secara langsung kepada nasabah. Sistem pemasaran melalui *Bancassurance* memungkinkan nasabah untuk mengintegrasikan layanan perbankan dengan kebutuhan akan produk asuransi untuk memproteksi keuangan mereka. Kelemahan yang ditemukan pada pemasaran melalui kanal ini, yakni nasabah akan mengalami kesulitan saat mengurus klaim asuransi saat terjadi risiko. Hal tersebut

dikarenakan pihak perbankan tidak memiliki kewajiban dalam proses pelayanan klaim terhadap nasabah dan menyerahkan tanggungjawab tersebut kepada pihak perusahaan asuransi selaku penyedia jasa layanan asuransi.

Melihat besarnya jumlah penduduk di Indonesia dan fakta masih rendahnya tingkat literasi asuransi di Indonesia, menyebabkan jalur pemasaran asuransi melalui sistem keagenan menjadi suatu keuntungan. Sistem pemasaran asuransi melalui sistem keagenan menimbulkan kedekatan antara nasabah dengan tenaga pemasar, sehingga dapat memudahkan nasabah dalam menentukan pilihan perlindungan terbaik yang disesuaikan dengan kebutuhan, serta dapat membantu saat proses klaim manfaat. Pemasaran asuransi melalui sistem keagenan juga telah membuka peluang pekerjaan bagi ratusan ribu tenaga pemasar asuransi di seluruh Indonesia. Sistem pemasaran asuransi melalui sistem keagenan di Indonesia mengadopsi pemasaran jaringan. Pada sistem ini, memungkinkan seorang agen asuransi untuk merekrut agen-agen baru sehingga dapat memperluas jangkauan pemasarannya.

Sistem keagenan di Indonesia menawarkan imbal hasil kepada agen dari jumlah premi yang di setorkan nasabah kepada perusahaan asuransi, selain itu keuntungan lain yang didapatkan oleh tenaga pemasar asuransi berupa paket perjalanan ke luar negeri, jika memenuhi persyaratan produksi tertentu. Pada suatu tingkatan omzet dan jumlah agen yang di syaratkan, seorang agen asuransi dapat memiliki kantor pemasaran sendiri yang disebut sebagai kantor pemasaran mandiri atau agensi. Permasalahan yang kerap dihadapi oleh tenaga pemasar adalah persepsi buruk terhadap industri asuransi yang disebabkan oleh sejumlah oknum tenaga pemasar yang tidak bertanggungjawab dalam melakukan penjualan produk. Tenaga pemasar asuransi yang tidak menjalankan bisnis sesuai ketentuan, memiliki kecenderungan untuk memberikan pemahaman yang salah terhadap nasabah, dengan menyamakan produk asuransi layaknya produk investasi. Namun faktanya, kedua produk tersebut memiliki tujuan keuangan yang berbeda.

## **2.2 Profil Kantor Pemasaran Mandiri MRT Stars Surabaya**

MRT Stars Surabaya adalah kantor pemasaran asuransi yang terafiliasi dengan PT Prudential Life Assurance Indonesia. MRT Stars merupakan kantor pemasaran mandiri yang berada dibawah naungan MRT Group Indonesia. Dalam registrasi wilayah keagenan di Prudential Life Assurance Indonesia, MRT Stars termasuk dalam region East Java dan

memilik kode agensi SB11. Tercatat hingga akhir tahun 2022, MRT Stars Surabaya memiliki jumlah tenaga pemasar sebanyak 1.501 yang aktif berproduksi. MRT Stars Surabaya memiliki kantor yang bertempat di Ciputra World Surabaya, yang baru saja diresmikan pada awal tahun 2022. Sebelumnya, MRT Stars bertempat di Genteng Kali Surabaya, namun dikarenakan pertumbuhan agen yang pesat sehingga MRT Stars dirasa perlu untuk memperbesar tempat pertumbuhannya. MRT Stars mempergunakan kantor untuk melaksanakan sistem keagenan yang telah dibuat. Sistem keagenan MRT Stars Surabaya terdiri atas kelas Training Grow 1-5, *Business Opportunity*, Great Saturday, dan Amazing Monday. Komunitas MRT Stars memiliki struktur organisasi yang di pimpin oleh CEO dan dibantu oleh Deputy serta staff administrasi.

Posisi CEO dan Deputy di isi oleh leader terpilih yang menjabat selama 1 tahun. Sementara untuk Staf Administrasi, merupakan karyawan MRT Stars Surabaya yang bertugas untuk membantu kelancaran proses administrasi keagenan dan administrasi nasabah di MRT Stars Surabaya. MRT Stars Surabaya juga terdiri dari beberapa komunitas-komunitas kecil yang dibentuk oleh masing-masing *direct leader* yang diberi nama komsel. Komsel yang berada dibawah naungan MRT Stars Surabaya memiliki fungsi sebagai tempat bertumbuhan agen dan leader, serta berperan sebagai *support system* dalam menjalankan bisnis asuransi. MRT Stars memiliki beberapa komsel yang telah sukses bertumbuh dan menghasilkan leaders hebat, diantara seperti, Youth Business Club dan Zero To Heroes. MRT Stars Surabaya juga tercatat meraih penghargaan pada tahun 2022 sebagai kantor pemasaran mandiri TOP 1 di regional East Java. Penghargaan ini dinilai berdasarkan jumlah keseluruhan omzet yang dihasilkan selama 1 tahun produksi.

### **2.3 Sejarah Berdirinya Kantor Pemasaran Mandiri MRT Stars Surabaya**

MRT Stars Surabaya merupakan kumpulan para *leaders* dibawah naungan MRT Group yang berakar di Surabaya. Sejarah pendirian MRT Stars Surabaya diawali dari berdirinya MRT oleh sang *founder*, Martinus yang menjalankan bisnis Prudential dan mulai membangunnya pada tahun 2003. Setelah mampu menghasilkan puluhan *leaders* dalam bisnis asuransi, Pada tahun 2009, Martinus membutuhkan wadah untuk terus bertumbuh dan mencetak lebih banyak *leaders*, kemudian komunitas tersebut diberi nama MRT. MRT adalah akronim dari *Massive, Rapid, Transformer*. MRT memiliki makna sebagai wadah dimana orang-orang bertransformasi dalam hal ini berubah kehidupannya. Perubahan

diawali dari perubahan karakter, perubahan *behaviour*, dan berujung pada perubahan kualitas hidup. *Massive* bermakna secara besar-besaran atau secara menyeluruh, *Rapid* perubahan kehidupan terjadi secara cepat. Sehingga makna secara lengkap MRT bermakna, sebuah perubahan secara masif dan cepat sehingga orang-orang yang berada dalam naungan MRT memiliki peningkatan dalam kualitas hidup menuju arah yang lebih baik.

Kantor pemasaran mandiri MRT berawal dari Jakarta dan merupakan satu-satunya kantor MRT saat awal didirikan. Setelah berdirinya MRT, kemudian disusul pada tahun 2010, berdirilah kantor kedua MRT di Surabaya dan diberi nama MRT Stars Surabaya. MRT Stars dulunya memiliki kantor yang beralamat di Genteng Kali Surabaya. Kemudian pada awal tahun 2022, MRT Stars meresmikan kantor baru yang berlokasi di Ciputra World Surabaya. Setelah berdirinya MRT Stars, kemudian disusul pendirian kantor MRT kedua di Surabaya yang diberi nama MRT Vision pada tahun 2018. Pada awal mula pendiriannya, MRT hanya memiliki 25 *leaders* saat dimulai pada tahun 2009 dan jumlah tersebut terus berkembang hingga pada akhir tahun 2022 tercatat memiliki lebih dari 700 *leaders* dan berada dalam 8 kantor *agency*.

MRT termasuk kantor pemasaran mandiri berprestasi di Prudential Indonesia secara keseluruhan. Hal tersebut dibuktikan dengan torehan 53 trofi dalam penghargaan yang diberikan PT Prudential Life Assurance atas konsistensi dan kerja keras para tenaga pemasar dalam mengedukasi nasabah serta mengembangkan unit bisnis mereka. Selain penghargaan sebagai tenaga pemasar terbaik, MRT juga telah mengumpulkan ribuan penghargaan perjalanan ke luar negeri bersama PT Prudential Life Assurance yang disebut Star Club, Double Star Club, hingga President Cabinet Club. Prestasi terbaik yang ditorehkan oleh tenaga pemasar adalah penghargaan bagi agen asuransi tertinggi di Prudential Indonesia, yakni predikat Agency Of The Year pada tahun 2017 dan 2019.

#### **2.4 Struktur Organisasi Kantor Pemasaran Mandiri MRT Stars Surabaya**

Struktur organisasi yang terdapat dalam MRT Stars Surabaya, setiap tahunnya terdapat pemilihan yang berdasarkan pada perkembangan kebutuhan MRT Stars Surabaya saat itu. Pemilihan dilakukan untuk mengisi posisi CEO (*Chief Executive Officer*) dan Deputy, bersama jajaran *leaders* didalam tim *comitte* memimpin MRT selama 1 tahun. CEO dan Deputy akan dibantu dengan jajarannya seperti sekretaris, bendahara, divisi pelatihan, divisi *business developmet*, divisi *Medhub* yang memiliki tugas menjalin hubungan rumah

sakit rekanan MRT, sehingga dapat mempermudah proses perawatan dan ekstra *service* bagi nasabah para agen MRT Stars Surabaya. Kemudian terdapat divisi komunikasi yang memiliki peran menghubungkan antar agensi lain yang terdapat di PT Prudential Life Assurance, karena berkaitan dengan undangan bagi para *leaders* di KPM lain untuk dapat *sharing* di MRT Stars Surabaya dan terjadi *crosssharing*. Sementara dalam menjalankan sosial media dan bentuk komunikasi melalui konten di lakukan secara *in-house* oleh para *leaders* di MRT Group secara keseluruhan.

## **2.5 Visi dan Misi Organisasi Kantor Pemasaran Mandiri MRT Stars Surabaya**

Dalam menjalankan kegiatan organisasinya, MRT Stars memiliki visi dan misi yang menjadi dasar seerta arah gerak organisasi. Visi dan Misi yang dimiliki MRT Stars adalah seturut dengan visi misi MRT Group selaku induk organisasi. MRT memiliki visi organisasi untuk dapat menciptakan 5000 agency leaders berkualitas yang bertumbuh kembang bersama di dalam kasih. Untuk mewujudkan visi besar yang telah dicanangkan oleh MRT, diperlukan langkah-langkah strategis yang termanifestasikan dalam misi. MRT memiliki misi organisasi, pertama memuliakan nama Tuhan dengan segenap tindakan. Misi kedua, yakni membantu orang lain dengan perlindungan kekayaan dan perlindungan kehidupan. Misi ketiga yang dimiliki oleh MRT adalah membantu orang lain meraih kebebasan keuangan dan kehidupan yang berkualitas.

## **2.6 Sistem Keagenan Kantor Pemasaran Mandiri MRT Stars Surabaya**

### **2.6.1 Great Saturday**

Great Saturday merupakan kegiatan training dan motivasi yang dilaksanakan di setiap hari sabtu dan di ikuti oleh seluruh agent dan leader dalam unit bisnis MRT. Great Saturday merupakan bagian dari sistem keagenan yang diterapkan di semua kantor MRT di seluruh Indonesia. Great Saturday diselenggarakan secara langsung oleh 2 kantor agency terbesar milik MRT Group, yang pertama yakni Great Saturday yang dilaksanakan oleh MRT Eagles Favor di Jakarta dan MRT Stars Surabaya. Acara ini bertujuan untuk membekali agen dan leader yang berada dibawah naungan MRT Group dengan kemampuan yang mumpuni untuk dapat menjelaskan secara tepat mengenai produk asuransi serta menangani keberatan dari nasabah. Selain itu, dalam kegiatan ini agen dan leader akan mendapatkan motivasi yang benar terkait cara berbisnis asuransi. Untuk kantor

agensi MRT Stars, acara Great Saturday di mulai pukul 11.00 setelah kelas grow yang diadakan sebelumnya.

Pada acara Great Saturday ini, hadir pembicara-pembicara yang berasal dari orang-orang yang telah sukses menjalankan bisnis asuransi dan menceritakan kisah perjalanan serta tantangan yang dihadapi selama membangun bisnis asuransinya. Acara great Saturday ini merupakan acara wajib. yang harus diikuti oleh agent dan leader di MRT Group untuk dapat tertanam dan sukses dalam bisnis asuransi. Dalam beberapa waktu sekali, akan diadakan Special Great Saturday dengan menghadirkan pembicara spesial seperti, pelatih-pelatih sukses, pemilik kantor agensi, dan pemilik kantor agensi MRT Group. Esensi yang diharapkan dari adanya acara ini diharapkan menjadi wadah para agen dan leader untuk terus bertumbuh dan belajar ketika berbisnis dalam industri asuransi ini. Great Saturday adalah wadah untuk dapat mengetahui jejak kesuksesan dan kegagalan yang dihadapi oleh para agen/ leader yang *sharing* menjadi pembicara.

Dalam rangkaian acara Great Saturday ini, juga dilangsungkan pembacaan dan penganugerahan penghargaan bagi agen dan leader yang aktif berproduksi selama satu bulan. Penghargaan yang diberikan seperti, Top 3 Agent by API (jumlah premi tahunan), TOP 3 Agent by Case, serta Top 3 Leader. Bagi agent yang baru bergabung dan mendapatkan case pertamanya, maka akan mendapat penghargaan sebagai Quick Producer. Penghargaan lainnya yang diberikan berupa penghargaan Billionaire Club, ditujukan kepada agent/leader yang telah mencapai omzet produksi diatas 1 M, penghargaan club 100 bagi peraih omzet 100 juta, dan club AAD, bagi peraih omzet diatas 300 juta. Selain itu, untuk semakin menyemarakkan acara juga diadakan games yang berhadiah. Pada akhir acara, dilakukan pembagian angpao yang diundi berdasarkan nama yang tercantum dalam absensi kehadiran.



Gambar 2.1 Poster Great Saturday

## 2.6.2 Amazing Monday

Acara amazing Monday merupakan kegiatan rutin yang diselenggarakan secara langsung setiap hari senin pagi di kantor MRT Stars Surabaya dan MRT Eagles Favor Jakarta. Amazing Monday merupakan bagian sistem keagenan yang diterapkan oleh MRT Group yang ditujukan bagi seluruh agen dan leader dalam unit bisnis MRT Group. Acara Amazing Monday bertujuan untuk semakin memperkuat kemampuan agen dan leader untuk dapat memahami bagaimana menjalankan bisnis asuransi dan meminimalisir kesalahan-kesalahan yang muncul ketika menjalankan bisnis asuransi. Acara Amazing Monday ini juga menjadi sarana bagi leader yang telah sukses menjalankan bisnis di Prudential bersama MRT Stars untuk membagikan kiat-kiat sukses yang dijalankan. Speaker yang berkontribusi berasal dari leader yang dipilih secara bergiliran pada masing-masing unit bisnis atau komsel yang ada pada MRT Stars Surabaya. Namun dalam beberapa kesempatan speaker yang datang dan memberikan juga berasal dari sosok di luar MRT Stars yang memiliki keterkaitan terhadap bisnis asuransi, seperti konsultan warisan dan dana pensiun.

Selain sharing dari speaker yang berasal dari orang-orang yang telah berhasil dalam menjalankan bisnis asuransi bersama Prudential, dalam acara amazing Monday ini juga terdapat penyampaian materi dari rumah sakit yang menjadi rekanan MRT Medhub. MRT Medhub merupakan jaringan rumah sakit yang bekerja sama dengan MRT Group, sehingga

nasabah yang berada dalam naungan MRT Group mendapatkan fasilitas ekstra dan benefit tambahan lainnya jika memutuskan untuk berobat ke rumah sakit rekanan Medhub. Kegiatan visitasi dari rumah sakit rekanan Medhub juga merupakan sebuah sarana pengenalan dan tambahan pengetahuan bagi para tenaga pemasar yang berada dalam naungan MRT Group, terkait kecanggihan teknologi pengobatan yang berkembang pesat saat ini. Sehingga, diharapkan para tenaga pemasar dapat memberikan rekomendasi terbaik terkait fasilitas perawatan terbaik yang disesuaikan dengan manfaat polis asuransi kepada para nasabah. Pada acara tersebut, juga dihadirkan dokter-dokter spesialis yang memberikan pemaparan terkait penyakit terkini yang paling banyak di derita pasien, serta bagaimana perawatan yang perlu dilakukan untuk mengurangi tingkat fatalitas dari penyakit tersebut.



*Gambar 2.2 Suasana Amazing Monday*

### **2.6.3 Kelas Business Opportunity (BOP)**

Kelas *Business Opportunity* adalah rangkaian sistem keagenan yang diterapkan oleh MRT Stars Surabaya. Kelas tersebut merupakan kegiatan presentasi bisnis dan pemaparan secara lebih komprehensif terkait peluang bisnis di bidang asuransi bersama MRT Stars. Kegiatan ini rutin diadakan pada hari Rabu malam. Kegiatan *Business opportunity* secara lebih mendalam ditujukan kepada calon agen yang akan bergabung ke dalam bisnis asuransi bersama MRT Stars. Dalam acara tersebut juga dipaparkan secara lebih mendalam terkait benefit-benefit yang ditawarkan di apabila calon agen memutuskan untuk berbisnis asuransi. Acara *business opportunity* ini ditujukan secara khusus kepada

calon agent. Kegiatan ini juga memfasilitasi para leader dan agent lama untuk dapat mengajak orang baru/ calon rekrutan untuk selanjutnya mendapatkan pemaparan secara lebih mendalam terkait bisnis asuransi bersama MRT Stars Surabaya. Kegiatan BOP ini menjadi sarana penting bagi leader dan agen yang memutuskan untuk berkomitmen menjalankan bisnis asuransi bersama MRT Stars, mengembangkan unit bisnis mereka melalui aktivitas perekrutan.

#### **2.6.4 MRT National Leaders Conference (MNLC)**

MRT National Leaders Conference (MNLC) merupakan kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan oleh MRT Group sebagai sarana penguatan komitmen dan memberikan cara pandang yang tepat kepada leader dan calon leader di bisnis asuransi ini. MNLC diadakan pada lokasi yang berbeda-beda setiap tahunnya. MNLC tahun 2023 diselenggarakan di Bali International Convention Center dengan mengangkat tema “*Feel The Wave, Be The Wave.*” MNLC 2023 juga merupakan penanda kembalinya MNLC ke dalam acara yang dilaksanakan secara tatap muka dan dihadiri oleh ribuan agent dan leader dalam unit bisnis MRT Group. Acara MNLC 2023 diikuti oleh seluruh leader dalam naungan MRT Group dan agen yang memiliki potensi menjadi leader pada tahun tersebut. MNLC menjadi sarana memperkuat komitmen dan mempersiapkan leader-leader di MRT Group untuk menjadi seorang *network builder*.

MNLC terdiri dari 3 rangkaian acara, pertama, kegiatan seminar dan motivasi yang dibawakan oleh Martinus selaku Founder MRT Group. Pada kegiatan seminar dan motivasi, para peserta mendapatkan penguatan dan langkah-langkah untuk meraih sukses di bisnis asuransi yang didasarkan pada skema bisnis pada saat di BOP. Acara dilanjutkan dengan Kick OFF Party yang diselenggarakan sebagai penanda dimulainya tahun produksi. Kick Off party menjadi sarana bagi para agen dan leader untuk melepas penat dan bercengkrama dengan sesama agen dan leader yang berasal dari seluruh penjuru daerah di Indonesia. Acara ini bertujuan menimbulkan keakraban dan rasa saling memiliki sebagai bagian dari MRT Group.

Rangkaian acara MNLC ditutup dengan acara malam penganugerahan bagi para leader yang berprestasi. Terdapat beberapa kategori yang di perlombakan diantaranya, Pioneer AAD, bagi peraih level AAD tercepat. Top Leader by API, yakni penghargaan bagi leader yang memiliki jumlah omzet tertinggi selama satu tahun. Selanjutnya adalah TOP

Leader by Recruit, penghargaan bagi leader yang memiliki jumlah rekrutan agen baru terbanyak dalam satu tahun. Terdapat penghargaan bagi Agency Director terbaik, yang diberi predikat TOP AD. Penghargaan tertinggi yang dapat diraih TOP Agency, diberikan pada leader dengan performa unit bisnis tertinggi selama satu tahun di MRT Group.



Gambar 2.3 MNL 2023 di Bali

### 2.6.5 Kelas Grow

Kelas Grow merupakan rangkaian sistem training dibentuk oleh MRT Stars Surabaya dengan tujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang menunjang dalam bisnis asuransi. Kelas Grow ini ditujukan kepada seluruh leader dan agen yang berada dibawah naungan MRT Stars Surabaya. Kelas Grow memiliki pembahasan yang sangat beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan agen dan leader di MRT Group. Pada setiap kelas grow terdapat PIC yang bertugas untuk mengkoordinasi kegiatan mulai dari penentuan speaker atau edukator yang relevan dengan topik-topik pada kelas tersebut. Edukator yang bertugas memberikan materi berasal dari *leader-leader* di dalam komunitas MRT Stars yang dianggap memiliki kemampuan untuk membawakan materi pada kelas tersebut. Keuntungan yang didapatkan dalam kelas Grow adalah semua peserta yang mengikuti kelas Grow dapat bertanya jawab dan praktek secara langsung mengenai materi-materi yang ditanyakan dalam kelas.

Dalam rangkaian kelas Grow yang diadakan oleh MRT Stars Surabaya, terdapat kelas Grow 1 sampai kelas Grow 5. Masing-masing kelas memiliki tujuan dan materi yang berbeda-beda serta disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing peserta. Pada kelas Grow 1, disebut sebagai kelas permulaan atau biasa dikenal sebagai kelas *how to start*. Materi yang dibawakan berkaitan dengan bagaimana cara memulai bisnis asuransi, serta

pemahaman yang benar terkait bisnis asuransi. Selain itu, juga dijabarkan terkait hal-hal apa saja yang diperlukan supaya dapat sukses di bisnis asuransi. Kelas Grow 2 adalah kelas yang memiliki lingkup bahasan terkait *selling idea*. Pada kelas ini peserta akan diberikan langkah-langkah mudah dalam menjelaskan ke calon nasabah terkait produk asuransi yang dibutuhkan. Kelas Grow 3 merupakan kelas yang memiliki pembahasan secara mendalam mengenai produk-produk yang ada dikeluarkan oleh PT Prudential Life Assurance. Melalui kelas ini diharapkan para peserta mampu mengetahui tujuan masing-masing produk, sehingga mampu memberikan rekomendasi terbaik kepada calon nasabah. Selain itu, para peserta dalam kelas grow 3 juga diajarkan untuk dapat membuat proposal asuransi melalui aplikasi Pruforce.

Kelas Grow 4 adalah kelas yang membahas mengenai kemampuan *persuasive handling*. Kemampuan *persuasive handling* sangat dibutuhkan dalam bisnis asuransi karena berkaitan dengan keterampilan dalam menangani keberatan-keberatan yang datang dari nasabah. Keuntungan mengikuti kelas ini, para peserta dapat memaparkan temuan pertanyaan-pertanyaan yang muncul saat melakukan aktivitas di lapangan. Rangkaian kelas Grow terakhir adalah kelas Grow 5, adalah yang disebut sebagai *special class*. Topik bahasan yang ada pada kelas ini bersifat menambahkan dari apa yang belum dibahas pada 4 kelas Grow sebelumnya. Topik bahasan yang biasanya dimunculkan adalah terkait dengan membahas penampilan, kepribadian, perhitungan *overriding* atau komisi terbaru, cara menjadi AAD, serta langkah-langkah membuat dan memaksimalkan bank nama.