

## Strategi Pemasaran Produk Mitra Ekawarsa untuk Siswa pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Meda

Innayah Alfatiha<sup>1</sup>

Atika, MA<sup>2</sup>

*Prodi Asuransi Syari'ah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Deli Serdang, Kota Medan, Sumatera Utara.*

Email: [inayaalfatiha@gmail.com](mailto:inayaalfatiha@gmail.com)<sup>1</sup>, [atika.uinsu@ac.id](mailto:atika.uinsu@ac.id)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Pemasaran merupakan ilmu yang masih terus berkembang bahkan sampai saat ini. Pemasaran mempunyai arti yang sangat luas. Pemasaran sangat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam menjual suatu produk agar dapat bertahan dan meningkatkan penjualan produk sehingga mampu menyaingi produk lain yang sejenis. Menggunakan strategi yang matang merupakan cara dalam mengembangkan dan memasarkan suatu produk.

**Kata Kunci : Pemasaran, Strategi Pemasaran, Produk Mitra Ekawarsa**

### PENDAHULUAN

Sebagian besar masyarakat hanya melihat pemasaran sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli. Akan tetapi pemasaran punya arti yang lebih luas, karena pemasaran merupakan proses yang teratur dan jelas untuk memikirkan dan merencanakan pasar. Proses pemasaran dapat diterapkan tidak sekedar pada barang atau jasa, tetapi juga pada segala sesuatu dapat dipasarkan seperti ide, kejadian, tempat, organisasi dan kepribadian. Namun penting ditekankan bahwa bentuk pemasaran tidak dimulai dengan suatu produk atau penawaran, melainkan dengan pencarian peluang.

Selain karena tuntutan pasar, keberadaan produk asuransi syariah muncul karena diperlukan dalam menjaga prinsip-prinsip syariah terutama bagi kemaslahatan umat. Hal ini menunjukkan bahwa selain orientasi dalam sebuah bisnis, asuransi syariah juga berorientasi pada pandangan islam. Kondisi ini menjadikan asuransi syariah dituntut untuk lebih aktif, kreatif dan inovatif terhadap perkembangan di dalam kehidupan masyarakat.<sup>1</sup>

Menurut perspektif syariah produk merupakan sesuatu yang penting, bahkan Al-Qur'an menggunakan konsep produksi dalam arti yang sangat luas. Memproduksi suatu barang harus selalu berkaitan terhadap kebutuhan hidup manusia. Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas pada sebuah produk dan juga Islam melarang jual beli yang memiliki unsur gharar (belum jelas) beradaannya karena jual beli berpotensi terjadinya penipuan sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian (review) tidak menipu kualitas dengan memperlihatkan produk dengan kualitas bagus, dan menyembunyikan produk yang memiliki kualitas buruk. Oleh sebab itu, Rasulullah mengharamkan jual beli yang memiliki ketidakjelasan pada sebuah produk.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Mutiah, Skripsi: "Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra' Plus Pada divide syariah AJB Bumiputera1912" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2013), hlm 40.

<sup>2</sup> Dr. Muhammad Firdaus, NH, Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah, (Jakarta: Resneisan Edukasi Profesional, 2005), hlm 22.

## METODE PENELITIAN

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu metode yang dikaitkan dengan pengumpulan dan analisis data yang menyadarkan pemahaman, dengan penekanan pada makna-makna yang terkandung didalamnya atau yang ada di balik kenyataan-kenyataan yang teramati (Hamid Patilima 2011). Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan teknik survey, wawancara, angket, serta observasi (Surakmad 1998).

## KAJIAN PEMBAHASAN

### A. Pemasaran

#### 1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah proses mendistribusikan barang atau jasa kepada para konsumen untuk memenuhi kepuasan para pelanggan. Pemasaran berguna untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan mempertahankan pelanggan saat ini dengan memberikan kepuasan.

Menurut Philip Kotler, Pemasaran adalah sebagai sebuah proses social dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui proses penciptaan, penawaran dan pertukaran produk- produk atau value dengan pihak lainnya.<sup>3</sup>

Pemasaran dipandangan masyarakat hanya diartikan sebagai penjualan promosi. Namun penjualan dan promosi hanya merupakan bagian dari bauran pemasaran (Marketing mix) yang diartikan sebagai "suatu perangkat pengawasan, alat pemasaran yang taktis keberadaan dimana perusahaan memadukannya untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan pada target pasar yang terdiri dari product (produk), price (harga), place (lokasi), dan promotion (promosi).<sup>4</sup>

#### 2. Strategi Pemasaran

Strategi adalah rencana cermat tentang suatu kegiatan guna mendapatkan suatu target atau sasaran.<sup>5</sup> Sedangkan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang saling berkaitan antara satu dengan yang lain bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, melakukan promosi serta mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan pembeli yang ada khususnya kepada pembeli potensial.<sup>6</sup>

Strategi pemasaran adalah penalaran pemasaran yang digunakan perusahaan dengan harapan mencapai tujuan pemasarannya. Taktik khusus untuk pasar sasaran, penentuan posisi, bauran pemasaran, dan jumlah pengeluaran pemasaran adalah bagian dari strategi pemasaran (Kotler & Armstrong, 2001). Hasil dari melakukan kegiatan komersial yang berhubungan dengan pemindahan barang dan jasa dari produsen ke konsumen adalah pemasaran.<sup>7</sup>

Menurut perspektif syariah Pemasaran adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (value creating activities) yang memungkinkan siapapun yang melakukan bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.

---

<sup>3</sup> Philip Kotler and Amstrong, Dasar-dasar Pemasaran alih bahasa Alexander Sindoro, (Jakarta: PT. Indeks, 2004) hlm.7.

<sup>4</sup> Philip Kotler and Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa: Damos Sihombing, Jakarta: Erlangga, 2001, Edisi 8, Jilid ke-1, hlm 67.

<sup>5</sup> Drs. Peter Salim dan Yenny Salim, Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer, hlm.1463.

<sup>6</sup> William J Stanton, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 1994), hlm. 34.

<sup>7</sup> Arini Iestari dan Nuri Aslami. Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah. (Mimbar kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam). Volume 21 no 2 (2022) H.82 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571.

Tujuan dilakukannya pemasaran adalah untuk memahami keinginan serta kebutuhan konsumen agar produk-produk atau jasa sesuai bagi kepuasan konsumen sehingga produk dan jasa tersebut dapat dijual dan mendapat respon yang baik bagi konsumen.

## **B. Produk Mitra Ekawarsa**

Mitra ekawarsa untuk siswa merupakan produk asuransi jiwa kumpulan syariah dengan unsur tolong menolong antara peserta asuransi dalam menanggulangi risiko financial akibat musibah kecelakaan dan musibah kematian. Produk ini sangat membantu masyarakat atau lembaga-lembaga dalam penanggulangan risiko yang mungkin akan terjadi.

Asuransi jiwa kumpulan adalah produk asuransi jiwa yang dipasarkan secara kolektif, dimana sebuah kelompok, perusahaan, lembaga, institusi atau organisasi mengasuransikan seluruh anggotanya pada satu perusahaan asuransi. Pertubuhan asuransi jiwa kumpulan ini harus sejalan dengan manfaat yang diterima oleh peserta asuransi, namun hal yang paling penting adalah sejauh mana kebijakan dan kecepatan perusahaan tersebut dalam melayani terutama dalam masalah klaim.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebagai perusahaan asuransi yang berbasis syariah, PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputea harus mempunyai strategi tersendiri dalam mengembangkan dan memasarkan produknya. Setiap perusahaan mempunyai strategi dalam memasarkan produknya dan melakukan pengembangan dalam strategi yang akan mereka terapkan karena mengingat persaingan pasar antar perusahaan itu sangat ketat. Perkembangan terhadap strategi pemasaran ini sangat berpengaruh bagi perusahaan, agar produk-produk atau jasa yang mereka tawarkan dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga produk dan jasa tersebut dapat dijual dan mendapat respon yang baik bagi konsumen.

### **A. Strategi Pemasaran Produk Mitra Ekawarsa**

Setiap perusahaan asuransi menerapkan strategi tersendiri dalam memasarkan produk-produknya karena banyaknya persaingan antar perusahaan asuransi yang juga mempunyai tujuan agar dapat tetap berjalan, berkembang dan diminati oleh masyarakat. Strategi pemasaran dalam memasarkan produk asuransi Mitra Ekawarsa ada strategi yang digunakan pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputea adalah sebagai berikut:

#### **1. Strategi Melalui Agen Asuransi**

Agen merupakan aset SDM yang berperan penting, bisa dibilang sebagai ujung tombak perusahaan dalam sistem penjualan yang ada di PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputea masih memakai agen sebagai jalur pemasarannya.

#### **2. Melakukan perkembangan dalam membina bagian pemasaran, antara lain:**

a. Meningkatkan keunggulan daya saing Agen dan Agen kordinator (AK) secara berkelanjutan berbasis Pengembangan Keagenan yang baru, seperti:

- 1) Melakukan Sosialisasi Sistem Diklat dan Pengembangan Keagenan yang Baru.
- 2) Melaksanakan diklat Agen sesuai dengan buku panduan dan materi sisdiklat dan pengembangan keagenan (Diklat Agen Tingkat Dasar-Lisensi Keagenan-dan Diklat Agen Tingkat Lanjutan).
- 3) Melakukan pembinaan AK, KUO, KACAB melalui *workshop, retraining, coaching, counseling, learning by doing, refreshing* dan melakukan studi banding ke kantor cabang yang sukses.
- 4) Meningkatkan keterampilan *managerial* dan *leadership* melalui *coaching* dan *counseling* bagi para pimpinan operasional pemasaran (AK, KUO, dan KACAB) di kantor cabang.

#### **3. Melalui media elektronik ataupun cetak**

Dalam menarik minat masyarakat agar tertarik terhadap produk asuransi yang digunakan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera khususnya pada produk Mitra Ekawarsa adalah:

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan
 

Kepuasan pelanggan merupakan cara untuk mempertahankan dan mengembangkan perusahaan melalui kegiatan berikut:

  - 1) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada karyawan dan mitra kerja.
  - 2) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah (pemegang polis).
- b. Membangun perusahaan dengan citra yang baik:
  - 1) Memberi kemudahan berakses kepada nasabah.
  - 2) Memiliki agen yang mempunyai integritas tinggi.
  - 3) Sistem personal selling adalah cara yang efektif.<sup>8</sup>

#### B. Manfaat Produk Mitra ekawarsa

Manfaat Asuransi	TK/SD	SMP/SMU	Mahasiswa
Meninggal dunia bukan karena kecelakaan	Rp 2.000.000,-	Rp 2.000.000,-	Rp 2.000.000,-
Meninggal dunia karena kecelakaan	Rp 4.000.000,-	Rp 4.000.000,-	Rp 4.000.000,-
Cacat Tetap/sebagian karena kecelakaan	Maksimal Rp 2.000.000,-	Maksimal Rp 2.000.000,-	Maksimal Rp 2.000.000,-
Biaya perawatan karenakecelakaan (per-masa asuransi)	Maksimal Rp 400.000,-	Maksimal Rp 400.000,-	Maksimal Rp 400.000,-
Kontribusi per-peserta	Rp 10.000,-	Rp 12.500,-	Rp 15.000,-

1. Apabila peserta meninggal dunia dalam Masa Asuransi, maka Penerima Manfaat mulai pemegang polis akan menerima santunan meninggal dunia sebesar manfaat asuransi dan keikutsertaan asuransi berakhir.
2. Apabila peserta hidup sampai akhir masa asuransi, maka tidak ada pembayaran apapun.<sup>9</sup>

#### C. Ketentuan Produk Mitra Ekawarsa

Produk Mitra Ekawarsa untuk siswa merupakan produk asuransi jiwa kumpulan dengan kontribusi yang terdiri dari dua komponen yaitu iuran tabarru' dan akad *wakalah bil ujah* dalam pelaksanaan transaksinya. Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Syariah memiliki ketentuan untuk bergabung dalam produk Mitra Ekawarsa adalah sebagai berikut :

1. Usia masuk 3 tahun sampai dengan 25 tahun (jika anda berusia minimal 5 tahun dan maksimal 25 tahun, maka anda berhak menjadi Pemegang Polis).

<sup>8</sup> Mutiah, Skripsi: "Strategi Pemasaran Produk Mitra Iqra' Plus Pada divide syariah AJB Bumiputera 1912" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2013), hlm. 74

<sup>9</sup> <http://bumiputerasyariah.co.id/AJB/produk/>, diakses pada tanggal 17 Maret 2022.

2. Biaya Polis Rp 100.000,-.
3. Masa Asuransi 1 Tahun.
4. Maksimal manfaat asuransi dapat diberikan lebih dari manfaat diatas, sesuai dengan ketentuan perusahaan dalam diskusi lebih lanjut.

#### **D. Kontribusi dan Cara pembayaran Kontribusi**

1. Besarnya kontribusi setiap peserta sesuai kelas manfaat (TK, SD, SMP/SMU, Mahasiswa) dan kelipatan manfaat yang dipilih.
2. Pembayaran kontribusi dilakukan melalui transfer ke nomor rekening pooling penerimaan Kontribusi di Bank BNI Syariah atas nama PT. Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera.
3. Masa pembayaran Kontribusi tunggal dan masa Asuransi 1 Tahun.
4. Maksimal manfaat asuransi yang dapat diberikan adalah 3 kali lipat dari manfaat di atas.
5. Kontribusi dibayar dalam mata uang Rupiah.

#### **E. Syarat Pengajuan Klaim**

Ada berbagai macam produk asuransi jiwa yang ditawarkan oleh PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera seperti, produk Mitra Iqra' Plus, Mitra Mabru, Assalam Family, Mitra BP-Link Syariah dan juga produk Mitra Ekawarsa.

Produk Mitra Ekawarsa merupakan salah satu produk asuransi group dengan unsur tolong menolong antar Peserta Asuransi dalam menanggulangi risiko financial akibat musibah kematian. Produk ini di tujukan bagi siswa hingga mahasiswa. Produk Mitra Ekawarsa ini memiliki jangka waktu 1 tahun dan bisa di perpanjang setiap setelah habis masa kontrak.

Bagi setiap calon nasabah apabila mengalami risiko dan ingin mengajukan klaim asuransi Mitra Ekawarsa harus melengkapi syarat pengajuan klaim, adapun pengecualian dalam pengajuan klaim dan ketentuan terhadap produk Mitra Ekawarsa yang ditentukan oleh pihak PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera sebagai berikut:

##### **1. Klaim Meninggal Dunia**

Untuk pengajuan klaim meninggal dunia ada beberapa syarat yang dibutuhkan, yaitu:

- a. Surat Pengajuan Klaim dari Pemegang Polis.
- b. Formulir Pengajuan Klaim dari Penerima Manfaat.
- c. Fotokopi Polis dan Kartu Peserta.
- d. Fotokopi identitas diri Peserta dan Penerima Manfaat yang masih berlaku.
- e. Surat Keterangan Kematian yang dikeluarkan oleh instansi berwenang.
- f. Surat Keterangan/Berita Acara Kecelakaan dari pihak kepolisian dan Surat Keterangan dari Dokter/Rumah Sakit mengenai kecelakaan yang mengakibatkan Peserta meninggal dunia.
- g. Fotokopi buku rekening tabungan Penerima Manfaat/Peserta.

##### **2. Klaim Cacat Tetap Total dan Catat Tetap Sebagian Akibat Kecelakaan**

Untuk pengajuan klaim cacat tetap total dan catat tetap sebagian akibat kecelakaan ada beberapa syarat yang dibutuhkan, yaitu:

- a. Surat Pengajuan Klaim dari Pemegang Polis.
- b. Formulir pengajuan klaim dari Peserta.
- c. Fotokopi Polis dan Kartu Peserta .
- d. Fotokopi identitas diri Peserta.
- e. Surat Keterangan dari Dokter/Rumah Sakit mengenai cacat tetap total/cacat tetap

sebagian yang diderita Peserta dilengkapi rekam medis, dengan mengisi Surat Keterangan Medis (clm.syr.05) oleh Dokter yang merawat.

- f. Surat Keterangan dari kepolisian, jika timbulnya cacat tetap total/cacat tetap sebagian tersebut akibat kecelakaan.
  - g. Fotokopi buku rekening tabungan Penerima Manfaat/Peserta.
3. Klaim Perawatan/Pengobatan
- Untuk pengajuan klaim perawatan/pengobatan ada beberapa syarat yang dibutuhkan, yaitu:
- a. Surat Pengajuan Klaim dari Pemegang Polis.
  - b. Formulir Pengajuan Klaim dari Peserta.
  - c. Fotokopi identitas diri Peserta.
  - d. Surat Keterangan Peserta dirawat oleh Dokter/Rumah Sakit.
  - e. Surat Keterangan dari Kepolisian, jika timbulnya perawatan/pengobatan tersebut akibat kecelakaan.
  - f. Kuitansi biaya perawatan/pengobatan dari Dokter/Rumah Sakit.
  - g. Fotokopi buku rekening tabungan Penerima Manfaat/Peserta.<sup>10</sup>

#### F. Pengecualian dalam Pengajuan Klaim

Dalam Produk Mitra Ekawarsa ini memiliki ketentuan pengecualian yang membebaskan perusahaan dari kewajiban membayar santunan asuransi, apabila peserta mengalami risiko meninggal dunia yang diakibatkan dari salah satu sebab di bawah ini:

1. Bunuh diri atau dihukum mati oleh pengadilan yang berwenang yang telah memiliki ketetapan hukum yang mengikat.
2. Sebagai akibat perbuatan kejahatan secara sengaja yang dilakukan oleh penerima manfaat dengan atau tanpa bantuan pihak lain yang berkepentingan dalam asuransi.
3. Setiap tindakan kejahatan yang dilakukan Peserta atau terlibatnya Peserta dalam perkelahian (kecuali tindakan membela diri), huru-hara, pemberontakan, peperangan, atau kejadian-kejadian lain yang serupa.
4. Pengaruh narkoba, minuman keras/alcohol dan zat kimia adiktif lainnya sebagai akibat gaya hidup Peserta yang menyimpang.
5. Human Immuno-Deficiency Virus (HIV) atau Acquired Immune Deficiency Syndrome (AIDS) yang timbul karena penyimpangan perilaku Peserta.
6. Perang, latihan perang, perang saudara dan revolusi.
7. Bencana alam, seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, banjir, dan angin topan.
8. Segala bentuk kecelakaan penerbangan non-komersil, yang mana Peserta pada saat itu bertindak selaku Pilot/Awak dan tidak membayar kontribusi tambahan Aviasi sesuai ketentuan.

#### KESIMPULAN

Produk mitra Ekawarsa untuk siswa merupakan produk asuransi jiwa kumpulan syariah dengan musibah kecelakaan dan musibah kematian. Dalam asuransi syariah menggunakan 2 akad yaitu akad *tabarru'* dan akan *wakalah bil ujah*. Manfaat dari produk ini antara lain:

- a. Apabila peserta meninggal dunia dalam Masa Asuransi, maka Penerima Manfaat mulai pemegang polis akan menerima santunan meninggal dunia sebesar manfaat asuransi dan keikutsertaan asuransi berakhir.
- b. Apabila peserta hidup sampai akhir masa asuransi, maka tidak ada pembayaran apapun.

Strategi yang digunakan untuk mengembangkan dan mempromosikan produk ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Fiza Milyani. Laporan Kerja Praktik, Manajemen Risiko Produk Mitra Ekawarsa Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Syariah Banda Aceh . (Banda Aceh: UIN AR-RANIRY, 2019), hlm. 22-27.

- a. Strategi Melalui Agen Asuransi.
- b. Melakukan perkembangan dalam membina bagian pemasaran.
- c. Melalui media elektronik ataupun cetak.

#### **SARAN**

Setiap perusahaan mempunyai strategi dalam memasarkan produknya, akan lebih baik jika setiap perusahaan melakukan pengembangan dalam strategi yang akan mereka terapkan karena mengingat persaingan pasar antar perusahaan itu sangat ketat. Perkembangan terhadap strategi pemasaran ini sangat berpengaruh bagi perusahaan, agar produk-produk atau jasa yang mereka tawarkan dapat memenuhi kepuasan konsumen sehingga produk dan jasa tersebut dapat dijual dan mendapat respon yang baik bagi konsumen.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Firdaus, Dr. Muhammad, NH. 2005. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Resneisan Edukasi Profesional.

J, William Stanton. 1994. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Amstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran alih bahasa Alexander Sindoro*. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip and Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa: Damos Sihombing*. Jakarta: Erlangga.

Lestari, Arini dan Nuri Aslami. *Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah*. Mimbar kampus: (Jurnal Pendidikan dan Agama Islam). Volume 21 no 2 (2022) H.82 P-ISSN 1411-7673 E-ISSN 2776-5571.

Milyani, Fiza. 2019. Laporan Kerja Praktik: *“Manajemen Risiko Produk Mitra Ekawarsa Pada PT. Asuransi Jiwa Bersama Bumiputera Syariah Banda Aceh”*. Banda Aceh: UIN AR-RANIRY

Mutiah. 2013. Skripsi: *“Stratergi Pemasaran Produk Mitra Iqra’ Plus Pada divide syariah AJB Bumiputera 1912”*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

Salim, Drs. Peter dan Yenny Salim. *Kamus Bahasa Indonesia Komtemporer*.

[Http://bumiputerasyariah.co.id/AJB/produk/](http://bumiputerasyariah.co.id/AJB/produk/), diakses pada tanggal 17 Maret 2022.