

Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Penjualan pada Produk Prucinta Studi pada PT Prudential Life Assurance Cabang Binjai Kota

Widia Angraini, Rahmi syahriza

Widiaangraini2111@gmail.com rahmi.syahriza@uinsu.ac.id

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan rancangan yang memiliki tujuan untuk memasarkan suatu produk kemasyarakat sehingga dapat menemukan target pasarnya agar sesuatu produk yang ditawarkan dapat terjual dan bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal. Penelitian ini berfungsi untuk memperdalam dan mencari tahu strategi yang digunakan PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai Kota. Serta tujuan dari penelitian ini strategi pemasaran apa yang digunakan PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai Kota untuk memasarkan produk Prucinta. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Produk Prucinta Pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai kota yaitu Segmenting, yaitu alam segmentasi pasar. Target pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai Kota tidak ada batasan tertentu, jadi siapa saja bisa dijadikan target. Perusahaan melayani siapa saja nasabah yang datang, atau siapa saja yang ingin di prospek. Pemasaran yang digunakan oleh PT. Prudential Life Assurance cabang binjai kota meliputi produk, harga, lokasi atau tempat, promosi, orang proses dan layanan pelanggan. Mekanisme sistem strategi pemasaran produk prucinta yang digunakan PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai kota adalah melakukan strategi pemasaran produk prucinta untuk pencapaian target penjualan. Agen atau tenaga pemasar akan melakukan prospek, pendekatan, pencarian fakta, presentasi produk dan penutupan (closing).

Keywords: pemasaran; produk, strategi, asuransi

PENDAHULUAN

Sebagai manusia kita dapat menghindari resiko-resiko yang terjadi didalam hidup . Berbagai macam resiko yang akan dihadapi manusia . Diantara berbagai macam resiko yang dihadapi manusia, resiko material lah yang paling sering dan bisa diatasi manusia. Namun tidak sedikit juga resiko material tidak teratasi oleh manusia . Terutama saat resiko tersebut tidak bisa dikendalikan dan diluar kemampuan manusia . Nah maka dari itu inilah yang melatarbelakangi kenapa manusia harus berasuransi . Untuk menghindari resiko-resiko yang tidak mampu mereka kendalikan . Resiko-resiko yang suatu saat menimpa mereka .

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya itu muslim. Maka dari itu banyak lembaga keuangan yang sistem operasionalnya berdasarkan syariah. Salah satunya perusahaan asuransi. Sekarang sudah banyak perusahaan asuransi indonesia yang berbasis syariah. Asuransi merupakan lembaga keuangan non bank yang sangat penting peranannya. Karena kegiatan dan usahanya yang berproteksi pada masyarakat. Dengan banyaknya perusahaan asuransi yang berada di indonesia, dalam perkembangannya perusahaan asuransi syariah ini memiliki beberapa kendala yang harus dihadapi, banyaknya pesaing dari sesama perusahaan asuransi syariah yang menyediakan produk asuransi. Disamping itu pengetahuan masyarakat akan asuransi sangat minim faktor agen yang salah menjelaskan dan masyarakat yang tidak ingin tahu tentang asuransi. Serta faktor ekonomi juga sangat berpengaruh untuk orang-orang yang tidak ingin ikut asuransi . Untuk orang-orang yang memiliki ekonomi dibawah pastikan sangat berpikir jika mereka harus bayar perbulannya sekian ratus atau juta, sementara untuk makan aja mungkin pas-pasan . Ini juga merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat Indonesia itu inim Asuransi . Membuat perusahaan-perusahaan asuransi harus memiliki strategi masing-masing untuk menjual produk asuransi yang mereka miliki.

Salah satu perusahaan asuransi yang ada di Indonesia yaitu PT. Prudential Life Assurance . Di PT. Prudential Life Assurance ini memiliki beberapa produk asuransi . Dimana salah satunya yaitu Prucinta . Nah Prucinta ini merupakan Asuransi jiwa syariah merupakan produk asuransi dari PT. Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap resiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan . Produk Prucinta merupakan salah satu produk yang memiliki premi paling murah mulai dari 300.000 perbulannya . Bahkan dibulan Maret di 2022 ini PT. Prudential Life Assurance mengadakan promo khusus produk prucinta dari 300.000 menjadi 100.000 perbulan . Untuk kalian yang daftar dibulan Maret ini . Periodenya sampai 30 Maret . Sangat-sangat murah dan untung . Perbulan hanya membayar 100.000/bulan dan jangka waktu pembayaran selama 10 tahun . Dan dicover selama 20 tahun .

Berdasarkan data Korps Lalu Lintas Kepolisian Negara Republik Indonesia (Korlantas Polri) mencatat 100.028 kecelakaan lalu lintas (lakalantas) paa 2020 di Indonesi. Jumlah ini turun 14% dari catatan tahun sebelumnya yang sebanyak 116.411 kasus . Harusnya dengan data diatas masyarakat mampu membentengi diri atau melindungi diri dengan adanya keikutsertaan dalam asuransi . Untuk berjaga-jaga agar sesuatu hal yang tidak diinginkan ini dapat terlindungi .

Menurut KBBI asuransi adalah pertanggungan, perjanjian antara kedua belah pihak yang berkewajiban membayar iuran dan pihak yang lain wajib memberikan jaminan sepenuhnya kepada pembayar iuran apabila terjadi sesuatu yang menimpa pihak pertama atau barang miliknya sesuai perjanjian yang dibuat.¹

¹ <https://kbbi.web.id>

Landasan hukum asuransi di Indonesia oleh UU Republik Indonesia No. 40 Tahun 2014 Tentang asuransi. Perlu diketahui UU asuransi yang berlaku saat ini adalah peraturan hukum terbaru yang menggantikan peraturan yang lama, yakni UU No. 2 Tahun 1992²

Adapun diatur dalam pasal 246 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) yang menjelaskan bahwa “asuransi atau pertanggungan adalah suatu perjanjian, dengan mana seorang penanggung mengingatkan diri pada tertanggung, dengan menerima suatu premi, untuk memberikan penggantian kepadanya karena suatu kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin akan dideritanya karena suatu peristiwa yang tidak tertentu”³

Asuransi merupakan bentuk perlindungan dari kerugian secara finansial. Merupakan suatu bentuk pengelolaan resiko, utamanya digunakan untuk membentengi diri dari resiko kerugian yang bisa saja datang di masa yang akan datang.

Istilah asuransi dalam perkembangannya di Indonesia berasal dari kata Belanda *assurantie* yang kemudian menjadi “asuransi” dalam bahasa Indonesia.

Namun istilah *assurantie* itu sebenarnya bukanlah istilah asli bahasa Belanda akan tetapi berasal dari bahasa Latin yaitu *assecurare* yang berarti “meyakinkan orang”. Kata ini kemudian dikenal dalam bahasa Perancis *assurance*. Demikian pula istilah *assureur* yang berarti “penanggung” dan *geassurrede* yang berarti “tertanggung” keduanya berasal dari perbendaharaan bahasa Belanda. Sedangkan dalam bahasa Belanda istilah (Pertanggungan) dapat diterjemahkan menjadi *insurance* dan *assurance*. Kedua istilah ini sebenarnya memiliki pengertian yang berbeda, *insurance* mengandung arti menanggung segala sesuatu yang mungkin terjadi. Sedangkan *assurance* menanggung sesuatu yang pasti terjadi. Istilah *assurance* lebih lanjut dikaitkan dengan pertanggungan yang berkaitan dengan masalah jiwa seseorang⁴

Banyak pendapat mengenai arti asuransi yaitu :

Asuransi dapat diartikan sebagai persetujuan dimana penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung dengan mendapat premi, untuk mengganti kerugian, atau tidak diperolehnya keuntungan yang diharapkan, yang dapat diderita karena peristiwa yang tidak diketahui lebih dahulu.

Subekti, dalam bukunya memberikan definisi mengenai asuransi yaitu, asuransi atau pertanggungan sebagai suatu perjanjian yang termasuk dalam golongan perjanjian untung-untungan (*kansovereenkomst*).

Suatu perjanjian untung-untungan ialah suatu perjanjian yang dengan sengaja digantungkan pada suatu kejadian yang belum tentu terjadi, kejadian yang mana akan menentukan untung-ruginya salah satu pihak.⁵

Asuransi dalam sudut pandangan ekonomi merupakan metode untuk mengurangi resiko dengan jalan memindahkan dan mengkombinasikan ketidakpastian akan adanya kerugian keuangan. Dan dari sudut pandang bisnis adalah sebuah perusahaan yang usaha utamanya menerima atau menjual jasa, pemindahan resiko dari pihak lain, dan memperoleh keuntungan dengan berbagi resiko diantara sejumlah nasabahnya .

² UU No. 40 Tahun 2014, <https://www.ojk.go.id/>

³ UU No. 246 KUHD, <https://jdih.kemenkeu.go.id>

⁴ Andri Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah*, (Jakarta:Kencana Perdana Media, 2009) h.243

⁵ Subekti, *pokok-pokok hukum perdata* (Jakarta:Intermasa 2001, h217)

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “ **Strategi Pemasaran dalam Pencapaian Target Penjualan Pada Produk Prucinta studi pada PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai kota**”

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat disusun rumusan masalah yaitu bagaimana strategi para agen atau tenaga pemasar di PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai Kota dalam memasarkan produk Prucinta kepada calon-calon nasabah yang mereka temui .

TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi tenaga pemasar atau agen bagaimana mereka memasarkan produk ini agar menjadi daya tarik terhadap calon-calon nasabah sehingga mereka pun nantinya mau untuk ikut serta dan mau menjadi nasabah di PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai Kota .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi untuk mengumpulkan data-data fakta hasil wawancara . Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder . Data primer adalah data dari hasil wawancara langsung dengan informan yaitu agen dari PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai Kota . Datasekunder yaitu data yang diperoleh dari buku, jurnal, laporan penelitian, skripsi, artikel, dan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Agen sangat berperan dalam menawarkan produk baru pada perusahaan asuransi syariah yang memberikan pelayanan dalam menawarkan jasa perlindungan terhadap kebutuhan finansial baik individu maupun kelompok. Agar dunia perasuransian dapat bekerja semaksimal mungkin para agen sebelum mereka menawarkan produk atau memasarkan produk, agen-agen ini harus ikut sertifikasi terlebih dahulu sertifikasi ini merupakan sertifikasi ke-agenan sehingga nanti saat mereka memasarkan produk yang ada di perusahaan salah satunya yaitu prucinta mereka dapat dengan leluasa dan luas ilmu pengetahuannya dalam menjelaskan produk tersebut. Selain dari misi agen ini memasarkan produk mereka juga bisa melakukan misi syariah sebagai implementasi ajaran jihad yang digunakan islam. Dengan menawarkan produk asuransi ini kita telah membantu mereka terlindung dari sesuatu hal yang tidak diinginkan terjadi dimasa yang akan datang. Saat anggota keluarga ditinggalkan pun kita tidak risau karena kita telah meninggalkan sebuah materi untuk keberlangsungan hidup anggota keluarga kita saat kita telah tiada nanti.

Istilah pemasar, agen ataupun filed underwriting antara asuransi syariah dan konvensional itu tidak jauh berbeda yaitu sama-sama menawarkan program asuransi kepada masyarakat.

Pengertian asuransi jiwa syariah adalah pengelolaan resiko berdasarkan prinsip syariah guna saling menolong dan melindungi dengan memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggal atau hidupnya peserta, atau pembayaran lain kepada peserta atau pihak lain yang berhak pada waktu tertentu yang diatur dalam perjanjian, yang besarnya telah ditetapkan didasarkan pada hasil pengelolaan dana. Adapun pada jenis asuransi jiwa yang dikenal dalam masyarakat ada tiga yaitu :

1. Asuransi kematian, nominal asuransi (Santunan) dibayarkan kepada ahli waris atau orang yang ditunjuk dalam polis setelah pihak nasabah meninggal dunia.
2. Asuransi hidup, peserta memperoleh dana asuransi dalam bentuk kontan atau dalam bentuk pemasukan bulanan (sesuai kesepakatan)
3. Asuransi kematian dan jaminan hari tua, sekaligus peserta akan memperoleh masukan bulanan dari nilai nilai asuransinya jika pihak peserta telah pensiun, sementara sisanya diberikan kepada ahli waris jika peserta tersebut meninggal dunia.

Dapat disimpulkan bahwa asuransi jiwa adalah suatu perjanjian antara tertanggung (Peserta asuransi) dengan penganggung (Perusahaan Asuransi) dalam bentuk premi dan pihak tertanggung berhak memperoleh pembayaran sejumlah uang apabila terjadi peristiwa atau musibah tertentu.

Saat ini kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perlindungan jiwa masih rendah. Data dari asosiasi asuransi jiwa indonesia (AAJI) menunjukkan bahwa pada 2019, tingkat penetrasi asuransi jiwa di indonesia baru mencapai 1,2% dibandingkan total produk domestik bruto (PDB). Angka ini masih tertinggal dari negara asia lainnya seperti korea selatan (8,4%), jepang (6,2%), dan tiongkok (2,8%).

Prucinta lahir ditengah masih minimnya pemahaman pengelolaan keuangan masyarakat ndonesia khususnya pada produk asuransi syariah. Faktanya index literasi asuransi syariah hanya 2,51% dan inklusi asuransi syariah hanya 1,92%. Selain itu berdasarkan data AAJI kuartal 3, tercatat ada 17,8 juta peserta asuransi jiwa individu, namun hanya 1,3 juta orang yang memiliki polis syariah. Padahal, asuransi jiwa merupakan instrumen investasi penting untuk mengantisipasi resiko meninggalnya sumber pendapatan utama keluarga yang dapat terjadi kapan saja serta dapat memengaruhi kesejahteraan keluarga.

Ditengah berbagai ketidakpastian dan masih rendahnya indeks literasi dan inklusi asurnsi syariah, Prudential Indonesia mengembangkan Prucinta sebagai solusi yang simple, mudah dipahami, terjangkau, dan sangat relevan untuk melengkapi kebutuhan keluarga akan asuransi tradisional berbasis syariah dengan berbagai manfaat yang menarik

Menurut data yang didapatkan dari OJK, mayoritas masyarakat indonesia itu tujuan keuangannya fokus hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari nya, dan hanya 1,5% lah memiliki dana darurat .

Demi melindungi ketahanan keuangan keluarga yang ditinggalkan, Prucinta memberikan manfaat santunan meninggal dunia dari dana Tabarru yang lebih optimal selama 20 tahun drngan pembayaran 10 tahun . Prucinta juga menawarkan manfaat ajtuh tempo berupa nilai tunai dari dana nilai tunai yang dimaksimalkan setara 100% kontribusi yang telah dibayarkan jika tidak ada kalim selama masa kepesertaan . Selain itu untuk memberikan ketenangan pikian, Prucinta juga memberikan manfaat 3x santunan asuransi meninggal akibat kecelakaan serta 4x santunan asuransi meninggal, dari dana tabarru dan sesuai ketentuan polis, jika insiden tersebut terjadi dalam periode enam minggu sejak tanggal 1 Ramadan yang ditetapkan oleh pemerintah .

Etika pemasaran dalam islam

Didalam islam memiliki banyak adab dan etika dalam melakukan hal apapun . Termasuk memasarkan produk . Dalam hal bisnis dunia pemasaran adalah hal yang memang ada dan sudah biasa . Nah didalam islam pemasaran memiliki etika yang sopan dan lemah lembut. Untuk menarik perhatian seseorang apalagi

baru pertama kali bertemu maka agar dia tertarik terhadap produk yang dipasarkan maka dengan cara sopan, dan menggunakan kata yang lemah lembut lah yang harus dilakukan . Seorang pelaku bisnis harus ramah dalam melakukan promosi

Allah berfirman dalam QS. Al-Nahl [16]: 125 yang berbunyi .

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya:

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.⁶

Dalam kaitannya didunia bisnis. Nabi Muhammad SAW menegaskan bahwa Allah SWT memberikah rahmat kepada seseorang yang toleran dalam berbisnis seperti hadist riwayat Bukhari dan Tarmidzi⁷ . Dan seperti didunia asuransi para Agen-agen sangat dilarang keras untuk berdebat dengan para calon nasabah meskipun kita ketahui bahwa kita benar. Rasulullah SAW agar para pedagang selalu bermurah hati dalam melaksanakan jual beli . Suka mengalah namun penuh tanggung jawab . Sebagaimana sabda beliau

Artinya: *Allah berbelas kasih kepada orang yang murah hati ketika ia yang menjual bila membeli dan atau menutup hak (HR.Bukhari)*⁸

Dalam ayat lain Allah juga berfirman

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ

Artinya:

Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.⁹

Berdasarkan ayat diatas seorang tenaga pemasar atau marketer harus menggunakan cara lemah lembut sopan untuk menarik hati para calon pembeli atau calon nasabah untuk menimbulkan rasa percaya dan simpati terhadap agen. Selain itu juga akan ada rasa kepuasan terhadap pembeli serta rasa nyaman terhadap agen tsb. Orang beriman diperintahkan untuk selalu lemah lembut, sopan santun untuk melakukan praktik bisnis .

⁶QS. Al- Nahl [16]. 125

⁷

Veithzal Rivai, *Islamic marketing membangun dan mengembangkan Bisnis dengan praktik marketing Rasulullah SAW* (Jakarta: Gramedia PustakaUtama, 2012) Hal 190

⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank syariah cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010) al. 219

⁹ QS. Ali Imran [3]. 159

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa: Hadirnya produk terbaru di PT. Prudential Life Assurance yaitu Prucinta membawa gebrakan baru untuk menyadarkan masyarakat bahwa pentingnya berasuransi . Asuransi tidak hanya bisa digunakan untuk orang-orang kalangan atas. Bahwa semua bisa, Prucinta hadir dengan pembayaran iuran mulai dari 300.00 perbulan sudah bisa ikut berasuransi . Dan bahkan sampai ada promo 100.00 perbulan . Ini membuat agen-agen atau tenaga pemasar lebih bersemangat untuk memasarkan produk-produk yang ada di PT. Prudential Life Assurance ke kalangan mana pun. Melalui proses pendekatan yang kita tidak perlu tanyakan soal ia memiliki asuransi atau tidak . Yang pasti prospek dan pelan-pelan memberi tahu agar untuk orang-orang yang belum paham, orang yang awam lama-lama mengerti dan mau mengasurnasikan dirinya di PT. Prudential Life Assurance cabang Binjai Kota . Dengan hadirnya Prucinta dapat memudahkan agen-agen kita closing juga karena iurannya yang terbilang sangat murah dengan manfaat yang bisa dicover selama 20 tahun . Melalui tenaga-tenaga pemasar yang ada di PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai Kota kita dapat menemukan para agen-agen yang memasarkan produk-produk asuransi di Prudential Syariah yaitu salah satunya Prucinta , yang memasarkan dengan sepenuh hati, sopan, lemah lembut dan tidak pernah memaksa. Strategi yang mereka gunakan, benar-benar mengikuti ajaran Rasulullah SAW.

Semua nasabah yang sudah terdaftar di PT. Prudential Life Assurance Cabang Binjai kota masuk ke asuransi tanpa adanya paksaan . Bahwa semua dari kemauan masing-masing . Untuk calon nasabah yang mereka temui . Diawal pertemuan, atau pertemuan pertama bahkan para agen tidak mau membahas langsung ke asuransi . Makanyalah untuk mencapai closing, para agen memerlukan beberapa kali pertemuan sampai akhirnya baru bisa sampai di titik closing . Dan mereka tidak pernah memaksa, dan tidak pernah mau berdebat dengan nasabah bahkan sekalipun itu mereka benar . Strategi pemasaran yang dipakai para agen PT. Prudential. Life. Assurance Cabang Binjai kota benar-benar mengikuti syariat yang dianjurkan Rasulullah SWT.

DAFTAR PUSTAKA

<https://kbbi.web.id>

UU No. 40 Tahun 2014, <https://www.ojk.go.id/>

UU No. 246 KUHd, <https://jdih.kemenkeu.go.id>

Andri Soemitra, *Bank dan lembaga keuangan syariah*, (Jakarta:Kencana Perdana Media, 2009 h.243

Subjeki, *pokok-pokok hukum perdata*(Jakarta:Intermasa 2001), h217

QS. Al-Nahl [16]. 125

Veithzal Rivai, *Islamic marketing membangun dan mengembangkan Bisnis dengan praktik marketing Rasulullah SAW* (Jakarta: Gramedia PustakaUtama, 2012) Hal 190

Ali Hasan, *Marketing Bank syariah cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010) al. 219

QS. Ali Imran [3]. 159