

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Profil PT Prudential Life Assurance

PT Prudential Life Assurance didirikan pada tahun 1995 yang merupakan bagian dari Prudential Plc, sebuah grup perusahaan jasa keuangan terkemuka di Inggris. Sebagai bagian dari grup yang berpengalaman lebih dari 168 tahun di industri asuransi jiwa, Prudential Indonesia memiliki komitmen untuk mengembangkan bisnisnya di Indonesia. Termasuk Prudential di Tulungagung juga merupakan bagian dari Prudential Indonesia yang didirikan pada tahun 2008 sebagai bentuk pengembangan bisnis industri asuransi di Indonesia. Prudential Indonesia sebagai perusahaan di bidang jasa keuangan telah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).⁸⁴

Prudential Indonesia memiliki izin usaha di bidang asuransi jiwa patungan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Indonesia Nomor: 241/KMK.017/1995 pada tanggal 1 Juni 1995 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor: S.191/MK.6/2001 tanggal 6 Maret 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S.614/MK.6/2001 tanggal 23 Oktober 2001 juncto Surat Menteri Keuangan Nomor S-9077/BL/2008 tanggal 19 Desember 2008. Perusahaan juga memiliki izin usaha Unit Syariah

⁸⁴ Brosur *PRUlink Edu Protection* PT Prudential Life Assurance.

berdasarkan surat Menteri Keuangan Nomor KEP 167/KM.10/2007 yang dikeluarkan pada tanggal 20 Agustus 2007.⁸⁵

Sejak peluncuran produk asuransi yang berkaitan dengan investasi (unit *link*) pertamanya di tahun 1999, Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar untuk kategori produk tersebut di Indonesia. Prudential Indonesia menyediakan berbagai produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi dan melengkapi setiap kebutuhan keuangan para nasabahnya di Indonesia. Prudential Indonesia juga telah mendirikan unit bisnis Syariah sejak tahun 2007 yaitu meluncurkan produk PRU_{Syariah} dan PRU_{link} Syariah sebagai produk Asuransinya. Sejak itu Prudential Indonesia dikenal dan dipercayai sebagai pemimpin pasar asuransi jiwa syariah di Indonesia sejak pendiriannya.⁸⁶

2. Lokasi PT Prudential Life Assurance Tulungagung

PT Prudential Life Assurance Tulungagung terletak di Jalan Hasanudin Ruko Panglima Sudirman Trade Centre Blok D5, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, 66218.

3. Misi PT Prudential Life Assurance

Menjadi perusahaan Jasa Keuangan Ritel terbaik di Indonesia, melampaui pengharapan para nasabah, tenaga pemasaran, staf dan pemegang saham dengan memberikan pelayanan sempurna, produk

⁸⁵ Prudential Indonesia, “Informasi Prudential” dalam <http://www.prudential.co.id/corp/prudential.in.id/header/aboutus/index.html> diakses pada hari selasa tanggal 13 Maret 2018.

⁸⁶ PT Prudential Life Assurance, *PRUfast Start*, (Jakarta: PT Prudential Life Assurance, 2017), hlm. 7.

berkualitas, tenaga pemasaran profesional yang berkomitmen tinggi serta menghasilkan pendapatan investasi yang menguntungkan.⁸⁷

Kemudian Empat Pilar, sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Misi, PT Prudential Life Assurance memiliki Empat Pilar, yaitu merupakan pondasi dasar berdiri dan berkembangnya perusahaan serta yang membedakannya dengan perusahaan-perusahaan lain, berikut ini adalah Empat Pilar tersebut.⁸⁸

- a. Semangat untuk selalu menjadi yang terbaik untuk memberikan yang terbaik dan memperbaiki kemampuan untuk mendapatkan hasil yang terbaik pula.
- b. Organisasi yang memberikan kesempatan belajar, memberikan kesempatan kepada setiap orang di perusahaan untuk mendapatkan pengetahuan, keahlian dan pengembangan pribadi melalui berbagai training.
- c. Bekerja sebagai suatu keluarga, bekerja bergandengan tangan sebagai satu keluarga besar memperlakukan satu sama lainnya dengan rasa hormat dan penuh kasih untuk menciptakan suasana penuh pengertian.
- d. Integritas dan Keuntungan yang merata bagi semua pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Komitmen untuk selalu memiliki integritas dalam setiap hal, menyediakan pelayanan terbaik untuk nasabah, menghargai setiap orang dengan adil berdasarkan nilai tambah

⁸⁷ *Ibid*, hlm. 15.

⁸⁸ *Ibid*, hlm. 16.

bisnis, berkomunikasi dengan jelas dan memberikan pendapatan penghasilan ke setiap orang yang baik (tanpa diskriminasi).

Meskipun misi dan empat pilar di atas sudah menjelaskan arah dan tujuan perusahaan, PT Prudential Life Assurance juga menjalankan *Core Values* (prinsip-prinsip dasar) yang dikembangkan oleh *Prudential Corporation Asia (PCA)* sebagai panduan kepada setiap orang di perusahaan dalam bekerja. *Core Values* (prinsip-prinsip dasar) tersebut yaitu:⁸⁹

a. Berinovasi dan menciptakan peluang

PT Prudential Life Assurance terus berinovasi dan menantang diri untuk menciptakan peluang.

b. Menunjukkan rasa peduli dan memahami.

PT Prudential Life Assurance mengerti dan peduli akan kebutuhan dan harapan para karyawan, nasabah, agen, mitra kerja, dan para pemegang saham.

c. Bekerja sama.

PT Prudential Life Assurance menegakkan keterbukaan, saling percaya, dan kerja sama tim di seluruh tingkatan organisasi.

d. Memberikan yang terbaik

PT Prudential Life Assurance memenuhi janji kita dan memberikan yang terbaik berdasarkan harapan yang jelas dari para stakeholders, sambil terus menjaga integritas kita di setiap waktu.

⁸⁹ *Ibid*, hlm. 17.

4. Motto PT Prudential Life Assurance

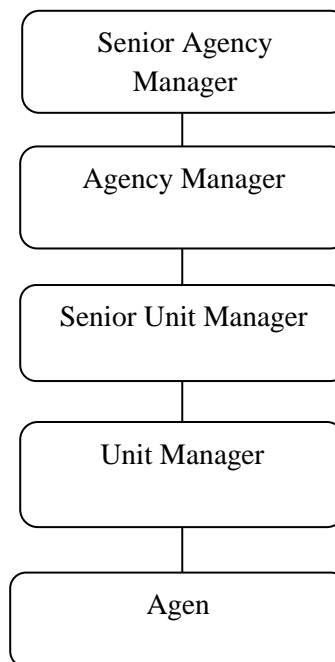
Always Listening Always Understanding. Artinya hanya dengan mendengarkan, kami dapat memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, dan hanya dengan memahami apa yang dibutuhkan masyarakat, kami dapat memberikan produk dan tingkat pelayanan sesuai dengan yang diharapkan.

5. Struktur Organisasi PT Prudential Life Assurance Tulungagung

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT Prudential Life Assurance Kantor Cabang

Tulungagung



Sumber: *PT Prudential Life Assurance Tulungagung*

Keterangan :

a. Tugas seorang Agen :

- 1) Tugas lapangan yaitu mencari nasabah.
- 2) Sebagai perencana keuangan bagi nasabah.

- 3) Menyadarkan nasabah mengenai pentingnya menabung.
 - 4) Menyadarkan nasabah mengenai perencanaan jaminan pendidikan untuk anak.
 - 5) Memberikan pelayanan kepada nasabah: klaim.
- b. Tugas seorang Unit Manager, Senior Manager, Agency Manager, dan Senior Manager :
- 1) Merekrut agen-agen baru.
 - 2) Mengawasi dan terus memberikan motivasi kepada agen-agen dibawahnya.
 - 3) Memanagemen team agar mencapai angka penjualan minimum.
 - 4) Mengembangkan keilmuan dan skill masing-masing.
 - 5) Financial Consultant di dalam team untuk persiapan promosi jabatan.
6. Produk-Produk Asuransi PRU syariah PT Prudential Life Assurance Tulungagung
- Prudential Indonesia meluncurkan produk unit link berbasis syariah, yaitu *PRUlink Syariah*. *PRUlink syariah* adalah sebuah produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi berbasis syariah. *PRUlink syariah* dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan rencana keuangan masa depan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam.

PT Prudential Life Assurance menghadirkan 2 (dua) produk asuransi *PRUlink Syariah* yang memiliki manfaat dengan menyesuaikan kebutuhan masyarakat, yaitu:⁹⁰

a. *PRUlink Syariah Investor Account* (PIA Syariah)

PRUlink Syariah Investor Account (PIA Syariah) merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi syariah dengan pembayaran kontribusi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah. Di samping mendapatkan potensi hasil investasi, produk ini juga akan memberikan perlindungan yang komprehensif terhadap resiko kematian atau resiko menderita cacat total dan tetap. Produk ini memberikan keleluasaan bagi pemegang polis untuk memilih investasi yang baik di jangka panjang, sesuai dengan kebutuhan dan profil risiko pemegang polis.

Manfaat *PRUlink Syariah Investor Account* (PIA syariah) adalah sebagai berikut:

- 1) Hanya sekali setoran awal saja.
- 2) Proteksi kematian/cacat tetap total.
- 3) Kapanpun dapat menambahkan jumlah investasi (*Top Up*).
- 4) Untuk pendidikan anak di masa yang akan datang.
- 5) Untuk biaya pernikahan anak.
- 6) Sebagai persiapan dini untuk warisan bagi anak-anak.

⁹⁰ *Ibid*, hlm. 86-90.

b. *PRULink Syariah Assurance Account (PAA Syariah)*

PRULink Syariah assurance account (PAA Syariah) merupakan produk unit link kontribusi berkala yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah. Produk ini memiliki program asuransi jiwa unit syariah dengan fleksibilitas tak terbatas yang memungkinkan untuk sewaktu-waktu mengubah jumlah pertanggungan, kontribusi serta cara pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan. Juga bisa menambah asuransi tambahan seperti rawat inap, kecelakaan atau penyakit kritis.

Ada 3 macam pilihan investasi *PRULink syariah* yang dapat dipilih beserta risikonya masing-masing, adalah sebagai berikut:

1) *PRULink Syariah Rupiah Managed Fund*

PRULink Syariah Rupiah Managed Fund memaksimalkan perkembangan dana jangka panjang melalui investasi dengan nilai Rupiah pada obligasi syariah dan saham syariah. Alokasi aset ditentukan oleh Fund Manager dan dapat diubah dari waktu ke waktu. Dana ini cocok bagi investor yang mendambakan penghasilan investasi jangka panjang yang menarik serta bersedia menanggung risiko investasi yang tidak terlalu tinggi atau menengah dan bervariasi.

2) *PRULink Syariah Rupiah Equity Fund*

PRULink Syariah Rupiah Equity Fund bertujuan memaksimalkan pendapatan jangka menengah dan panjang melalui investasi dalam saham-saham syariah dan berkualitas yang tercatat

di Bursa Efek Jakarta. Investasi ini cocok untuk investor yang menginginkan penghasilan investasi jangka panjang dengan hasil yang lebih tinggi serta bersedia menanggung risiko investasi yang tinggi.

3) PRUlink Syariah Rupiah Cash & Bond Fund

PRUlink Syariah Rupiah Cash & Bond Fund adalah dana investasi jangka menengah dan panjang yang bertujuan untuk mendapatkan hasil investasi yang optimal melalui penempatan dana dalam mata uang Rupiah melalui instrumen-instrumen pasar uang syariah dan pendapatan tetap syariah seperti obligasi syariah dan instrumen pendapatan tetap syariah lainnya di pasar modal. Investasi ini cocok untuk investor yang mendambakan penghasilan jangka menengah dan panjang yang stabil serta bersedia menanggung risiko investasi yang tidak terlalu tinggi atau menengah.

Produk ini memberikan keleluasan bagi pemegang polis untuk memilih investasi syariah yang memungkinkan optimalisasi tingkat pengembalian investasinya, sesuai dengan kebutuhan dan profil risiko pemegang polis.

Manfaat PRUlink syariah assurance account adalah sebagai berikut:

- 1) Jaminan manfaat kematian (*Death Benefit*).
- 2) Manfaat cacat total dan tetap (*Total and Permanent Disability*).

- 3) Dapat menambahkan nilai uang pertanggungan (*sum covered*) setiap saat.
- 4) Dapat melakukan penambahan kontribusi (*top-up*) setiap saat.
- 5) Dapat menentukan sendiri besarnya komposisi dari nilai proteksi dan nilai investasi.
- 6) Dapat melakukan penghasilan dana (*fund switching*).
- 7) Pilihan manfaat asuransi tambahan (*riders*) yang beragam.

Adapun akad di antara pemegang polis dengan asuransi *PRUlink Syariah* PT Prudential Life Assurance adalah:⁹¹

- a. *Akad Tabarru'* yaitu semua bentuk kontrak atau akad yang dilakukan dengan tujuan kebaikan dan tolong menolong, dan bukan semata untuk tujuan komersial (mencari keuntungan). Pada asuransi syariah, akad ini terdapat pada dana kebajikan (*tabarru*). Kontrak atau akad *tabarru'* ini bersifat saling menguntungkan antara kedua belah pihak, dan tidak dipergunakan untuk transaksi-transaksi yang bersifat komersial atau mencari keuntungan. Akad *tabarru'* ini peserta memberikan hibah yang akan digunakan untuk menolong dan membantu peserta lain yang terkena musibah. Sedangkan perusahaan asuransi hanya bertindak sebagai pengelola dana hibah saja.
- b. *Akad Tijarah* yaitu semua bentuk kontrak atau akad yang dilakukan untuk tujuan komersial (mencari keuntungan). Akad ini yang digunakan pada transaksi yang melibatkan hubungan antara pemegang polis/peserta

⁹¹ *Ibid*, hlm. 81-83.

dengan perusahaan asuransi yang berfungsi melaksanakan tugas-tugas operasional dan administrasi pada perusahaan asuransi itu sendiri. Dalam *akad tijarah* ini, perusahaan asuransi bertindak sebagai pengelola (*mudharib*) dan peserta bertindak sebagai pemegang polis (*shohibul mal*).

B. Paparan Data Penelitian

1. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan *PRUlink Syariah*.

Kegiatan pemasaran pada asuransi merupakan salah satu faktor utama dan sebagai kunci keberhasilan dalam bisnis asuransi. Pemasaran merupakan proses pengenalan suatu produk atau jasa, salah satunya adalah pengenalan produk asuransi kepada calon nasabah, untuk itu strategi pemasaran dalam suatu perusahaan sangat memiliki peran penting sebagai penggerak pasar guna mendapatkan loyalitas pelanggan atau nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian di PT Prudential Life Assurance Tulungagung pada *PRUlink Syariah* dan hasil wawancara dengan bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa:

*“PRUlink Syariah merupakan jenis asuransi yang memiliki 2 (dua) bagian, yaitu dapat digunakan sebagai proteksi dan investasi. PRUlink Syariah memiliki dua produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, yaitu PRUlink Syariah Investor Account (PIA Syariah) dan PRUlink Syariah Assurance Account (PAA Syariah).”*⁹²

⁹² Wawancara dengan Bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Selasa 6 Maret 2018.

Ibu Tina selaku nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menjelaskan pada saat wawancara, bahwa:

“Kalau saya mulai jadi nasabah itu sekitar 3,5 tahun yang lalu mbak. Alhamdulillah pembayaran premi setiap bulannya masih lancar. PRUlink Syariah sepaham saya yaitu nabung di Prudential dapat jaminan kesehatan kalau masuk rumah sakit, terus sebagian uang yang saya bayarkan diinvestasikan.”⁹³

PRUlink Syariah merupakan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi yang berbasis syariah. *PRUlink Syariah* dirancang guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat muslim Indonesia. *PRUlink Syariah* memiliki inovasi produk beberapa jenisnya antara lain, yaitu *PRUlink Syariah Investor Account (PIA Syariah)* dan *PRUlink Syariah Assurance Account (PAA Syariah)*. Dalam salah satu wawancara dengan Mbak Desy Normalasari selaku *Agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa:

“saya biasa menawarkan PRUlink PAA kepada calon nasabah saya mbak, karena saya rasa pasar tersebut potensial dan sesuai dengan kekuatan ekonomi diderah pemasaran saya.”⁹⁴

Ibu Tina selaku nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menjelaskan pada saat wawancara, bahwa:

“Kalau dari agennya itu saya awalnya dikasih pilihan bayarnya mau bulanan, per 6 bulanan, atau tahunan. Karena kebetulan saya kan pedagang terus sama agennya itu disarankan bayar bulanan saja, jadi setiap hari saya bisa menyisihkan minimal Rp 20.000,- per hari untuk satu rekening Prudential. Jadi perbulanan tabungan saya Rp 600.000,- sedangkan premi saya perbulan Rp 500.000,- Jadi saya awalnya tertariknya dari situ, saya pikir-pikir tidak memberatkan jika

⁹³ Wawancara dengan Ibu Tina (Nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Rabu 12 April 2018.

⁹⁴ Wawancara dengan mbak Desy Normalasari (*Agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Jum'at 09 Maret 2018.

*saya rajin menyetor Rp 20.000,- perhari. Makanya mbak saya pilih yang PAA Syariah bayarnya lebih mudah bisa milih tiap bulan*⁹⁵

PRUlink Syariah Assurance Account (PAA Syariah) merupakan yang paling banyak diminati oleh para calon nasabah karena calon nasabah dapat membayarkan preminya setiap sebulan sekali, semisal Premi Rp. 500,000 perbulan dengan jangka waktu minimal selama 10 tahun. Sedangkan *PRUlink Syariah Investor Account* (PIA Syariah) cenderung memiliki kesamaan dengan deposito yaitu dengan pembayaran *single premi*, semisal Rp. 60.000.000,- untuk jangka waktu 10 tahun.

Dalam melakukan pemasaran *PRUlink Syariah*, PT Prudential Life Assurance Tulungagung melakukan strategi pemasaran melalui sistem *agency*. Seperti yang disampaikan oleh bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa:

*“Dalam pemasaran PRUlink Syariah kita lebih menggunakan strategi door to door atau personal selling, karena menurut saya strategi ini lebih efektif dibanding dengan strategi yang lain, keuntungan dari strategi door to door kita jadi lebih mengetahui kondisi calon nasabah kita secara langsung.”*⁹⁶

Lalu timbul pertanyaan, *“Selain strategi door to door atau personal selling, apakah ada strategi pemasaran yang lain?”*

Bapak Agus Salim menyampaikan bahwa:

⁹⁵ Wawancara dengan Ibu Tina (Nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Rabu 12 April 2018.

⁹⁶ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Selasa 06 Maret 2018.

“Selain door to door atau personal selling, terkadang kita mengadakan group selling yaitu mengundang beberapa orang dihotel untuk diberi gambaran tentang pentingnya asuransi syariah.”⁹⁷

Mbak Desy Normalasari selaku *agen* PT Prudential Life Assurance

Tulungagung juga mengatakan:

“Selama kurang lebih 3 (tiga) tahun saya menjadi agen di Prudential saya jualannya langsung ke rumah-rumah calon nasabah, saya datangi satu-satu gitu mbak, jadi jualannya itu langsung bertatap muka biar tidak ada salah paham kalau saya menerangkan produk dari kantor, istilahlah door to door lah mbak.”⁹⁸

PT Prudential Life Assurance dalam memasarkan *PRUlink Syariah* lebih menekankan pada strategi *door to door* atau *personal selling* yang mengharuskan penjualan pribadi agen. Namun selain itu PT Prudential Life Assurance Tulungagung juga melakukan strategi pemasaran menggunakan *group selling*, dengan tujuan memberikan edukasi tentang pentingnya memiliki perlindungan jiwa dan asset sejak dini. Bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance, beliau menyampaikan bahwa :

“Agen-agen disini memasarkan produknya langsung kelapangan, biasanya langsung presentasi produk, kalau untuk brosur itu tidak menjadi standart khusus dan disediakan dikantor.”⁹⁹

Mbak Desy Normalasari selaku *agen* PT Prudential Life Assurance

Tulungagung juga mengatakan:

⁹⁷ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Selasa 06 Maret 2018.

⁹⁸ Wawancara dengan mbak Desy Normalasari (*Agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Jum'at 09 Maret 2018.

⁹⁹ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Selasa 06 Maret 2018.

“Kalau untuk pemasaran saya langsung ke rumah-rumah nasabah mbak, kalau untuk penggunaan media elektronik saya menggunakan media sosial saya seperti whatsapp, facebook, instagram dan BBM. Jaman sekarang ada yang bisa buat story itu ya mbak, jadi ya saya setiap saat bisa promosi lewat situ.”¹⁰⁰

Dari pernyataan diatas dapat dijelaskan bahwa dalam strategi pemasaran PRUlink Syariah ini, PT Prudential Life Assurance Tulungagung yang utama dengan cara menjemput bola. Maksudnya perusahaan telah menyiapkan para agen untuk melakukan pemasaran dengan langsung mendatangi calon nasabah. Selanjutnya untuk pemasaran melalui media lain perusahaan pusat telah melakukan strategi pemasaran dengan melakukan promosi melalui media massa seperti memasang iklan di televisi, billboard, papan reklame bahkan menggunakan brosur di setiap kantor agency, akan tetapi brosur tidak menjadi standar khusus untuk melakukan pemasaran atau promosi. Sedangkan di wilayah Tulungagung penggunaan media elektronik masih sebatas pada media sosial seperti: whatsapp, facebook, instagram dan BBM yang dilakukan oleh agen secara pribadi. Kemudian perusahaan juga memberikan hadiah untuk agen yang berprestasi, seperti yang dijelaskan oleh Bapak Agus Salim, bahwa :

“Kantor pusat Prudential akan memberikan reward atau hadiah untuk agen yang melakukan penjualan produk yang telah mencapai target.”¹⁰¹

Lalu timbul pertanyaan, *“Biasanya hadiah yang didapat agen apa saja pak?”*

¹⁰⁰ Wawancara dengan mbak Desy Normalasari (Agen PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Jum'at 09 Maret 2018.

¹⁰¹ Wawancara dengan bapak Agus Salim (Agency Manager PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

Bapak Agus Salim menjawab:

“Untuk tengah tahunan akan mendapat akomodasi tiket dan uang saku tour ke Bangkok untuk yang berpenghasilan 5 hingga 6 juta, sedangkan untuk yang tahunan mendapatkan tiket tour ke Eropa untuk yang penghasilan 12 juta. Kemudian ada juga yang mendapatkan emas tapi nanti hadiahnya sudah berupa uang tunai, perusahaan itu sering sekali memberikan kontes untuk para agen, agar agen itu termotivasi saat jualan produk”¹⁰²

Dari pernyataan diatas dapat dijelaskan bahwa dalam memasarkan produknya perusahaan tidak hanya fokus melakukan penjualan produk ke nasabah saja, melainkan perusahaan juga terus memberikan motivasi kepada agen atau tenaga pemasarnya berupa reward atau hadiah kepada agen atau tenaga pemasar yang mampu mencapai target penjualan produk perusahaan.

Namun diluar itu PT Prudential Life Assurance juga mengadakan kerjasama dengan berbagai pihak. seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus Salim :

“Prudential juga melakukan kerja sama dengan perusahaan, kita masuk perusahaan melakukan presentasi di kantor, jadi sifatnya grup atau mini grup. Jadi presentasi secara individu dan presentasi secara grup. Kalau untuk produk yang ditawarkan itu asuransi pensiun, kesehatan, dan tabungan.”¹⁰³

Dari hasil wawancara diatas, banyak cara yang dilakukan untuk menawarkan atau memasarkan produk *PRUlink Syariah*. Selain dengan menggunakan *strategi door to door* atau *personal selling*, dapat juga dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak atau lembaga maupun perusahaan lain.

¹⁰² Wawancara dengan bapak Agus Salim (Agency Manager PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

¹⁰³ Wawancara dengan bapak Agus Salim (Agency Manager PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

Selain itu juga pemasaran untuk *PRUlink Syariah* tidak dikhususkan untuk masyarakat muslim saja, tetapi non muslim juga dapat menggunakan produk *PRUlink Syariah* dari PT Prudential Life Assurance Tulungagung. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa :

“Dua-duanya, PRUlink Syariah untuk umat, jadi tidak muslim saja, karena banyak juga nasabah non muslim yang menjadi nasabah PRUlink Syariah. Mereka memilih PRUlink Syariah karena memang produknya dan manfaatnya, karena adanya dua akad dan surplus sharing dalam pengelolaan dananya, itulah yang menjadi alasan mereka menempatkan dananya disini karena mereka merasa dananya aman”¹⁰⁴

Dari pertanyaan diatas dijelaskan bahwa sasaran pemasaran *PRUlink Syariah* tidak hanya masyarakat muslim saja, melainkan kalangan non muslim juga lebih mempercayakan dananya dikelola dengan sistem syariah. Karena dalam pengelolaan dananya perusahaan menggunakan 2 (dua) akad, yaitu akad *tabarru'* dan akad *tijarah*. Adapun *surplus sharing* adalah dana yang akan diberikan kepada pemegang polis bila terdapat kelebihan dana dari rekening *tabarru'*, termasuk juga bila ada pendapatan lain setelah dikurangi klaim dan hutang kepada perusahaan, jika ada.

2. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran *PRUlink Syariah* yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Tingkat persaingan yang sangat ketat dan keras dalam bisnis asuransi sehingga diperlukan jaringan kerja yang luas dan tenaga pemasar yang

¹⁰⁴ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

handal. Selain itu untuk memasarkan atau menjual produk asuransi membutuhkan ketrampilan dibidang marketing yang memadai.

Untuk itu dibutuhkan peran penting seorang agen atau tenaga pemasar untuk memasarkan atau menjual *PRUlink Syariah* di PT Prudential Life Assurance Tulungagung. Bapak Agus Salim sebagai *Agency Manager*, menyampaikan bahwa :

“Syarat utama untuk menjadi seorang agen asuransi harus ikut ujian terlebih dahulu, harus lulus AAJI untuk yang konvensional, kalau AASI untuk produk syariah. Biasanya calon agen ujiannya itu di kantor Prudential kediri.”¹⁰⁵

Dari hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa untuk menjadi tenaga pemasar atau agen asuransi, maka langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengikuti ujian lisensi keagenan atau biasa disebut ujian AAJI. Namun untuk tenaga pemasar yang ingin memasarkan produk syariah, mereka harus terlebih dahulu memiliki sertifikat tenaga pemasar atau penjual syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Sebelum terjun ke lapangan untuk mengembangkan bisnisnya, seorang agen biasanya akan menjalani proses pelatihan (*training*) yang mencakup beberapa hal penting seperti pengetahuan tentang profil perusahaan, pengetahuan produk, teori pemasaran serta materi-materi lain yang menunjang profesinya. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus

¹⁰⁵ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa:

“Kantor mengadakan training untuk mengasah ketrampilan agen sebelum agen terjun ke lapangan, ada training PRUfast Start, PRUfirst Selling, dan ada juga Basic Sales Course. Agen akan mendapatkan banyak ilmu, dan free biaya.”¹⁰⁶

Dari hasil pernyataan diatas dapat dijelaskan sebelum terjun ke lapangan untuk mengembangkan bisnisnya, seorang agen biasanya akan menjalani proses pelatihan training yang mencakup beberapa hal penting seperti pengetahuan tentang profil perusahaan, pengetahuan produk, teori pemasaran serta materi-materi lain yang menunjang profesinya.

Seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan asuransi jiwa terutama syariah, hal ini membuat perusahaan asuransi jiwa syariah berlomba-lomba untuk merancang strategi pemasaran agar masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan hingga akhirnya bersedia bergabung menjadi peserta dalam perusahaan tersebut. Tidak terkecuali pada PT Prudential Life Assurance Tulungagung, tentunya mempunyai strategi tersendiri dalam memasarkan produknya agar dapat diterima masyarakat. Salah satu distribusi yang cukup *familiar* di Indonesia ialah melalui sistem keagenan. Seperti yang disampaikan oleh Bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa:

“Kami paling mengutamakan pemasaran langsung, jadi agen kita itu langsung terjun ke lapangan, medatangi rumah-rumah calon

¹⁰⁶ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

*nasabah. Karena perusahaan sudah melatih agen sebelum terjun lapangan istilahnya pemasaran personal selling.*¹⁰⁷

Dari pernyataan diatas PT Prudential Life Assurance lebih menekankan pada penggunaan saluran distribusi dengan sistem keagenan. Untuk itu seorang agen dituntut untuk melakukan penjualan secara langsung atau *personal selling*.

Adapun pola kerja yang diterapkan PT Prudential Life Assurance Tulungagung, seperti tambahan pernyataan dari Bapak Agus Salim selaku *Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menyampaikan bahwa :

*“Kalau mekanisme kerja agen itu dimulai dari prospek calon nasabah, setelah itu pendekatan, pencarian fakta, presentasi produk kemudian tahap akhirnya closing penjualan yang artinya produk kita telah dibeli oleh nasabah”*¹⁰⁸

Mbak Desy Normalasari selaku *agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung juga mengatakan:

*“Dulu waktu awal prospek yang saya prospek itu pertama dari keluarga saya, tetangga, teman dekat saya, orangtuanya teman saya, sampai teman-teman saya yang kerja diluar negeri saya prospek, kadang juga dapat referensi calon nasabah dari teman atau nasabah yang sudah bergabung di Prudential.”*¹⁰⁹

Dari pernyataan diatas dapat dijelaskan bahwa pola kerja agen PT Prudential Life Assurance dari mulai dari proses prospekting, lalu untuk mendapatkan calon nasabah agen harus melakukan pendekatan, kemudian

¹⁰⁷ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

¹⁰⁸ Wawancara dengan bapak Agus Salim (*Agency Manager* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Senin 12 Maret 2018.

¹⁰⁹ Wawancara dengan Mbak Desy Normalasari (*Agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Kamis 19 Maret 2018.

melakukan pencarian fakta, tahap dimana seorang agen sudah mulai berhubungan langsung dengan prospek. Selanjutnya melakukan Presentasi produk, yang dilakukan oleh agen adalah memberikan penjelasan produk yang ditawarkan. Tahap terakhir yang dilakukan oleh agen yaitu penutupan (*closing*) penjualan produk.

Untuk mempertahankan loyalitas nasabah seorang agen akan tetap menjalin hubungan silaturahmi dengan nasabahnya, seperti pernyataan yang disampaikan oleh mbak Desy Normalasari selaku *Agen* PT Prudential Life Assurance, beliau menyampaikan bahwa:

“Saya tetap menjalin silaturahmi dengan semua nasabah saya mbak, gimana ya soalnya kan ya mereka itu sudah mempercayakan dananya ditempatkan di Prudential melalui saya, jadi saya juga kadang kalau lewat depan salah satu nasabah saya mampir sebentar, tanya kabar. Setiap lebaran itu saya kirim parcel ke nasabah, ada juga yang saya kasih jam dinding, payung.”¹¹⁰

Ibu Tina selaku nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung, beliau menjelaskan pada saat wawancara, bahwa:

“Saya sekali dapat parcel lebaran, terus itu juga dikasih jam dinding pas awal-awal jadi nasabah.”¹¹¹

Dari pernyataan diatas dapat dijelaskan bahwa agen atau tenaga pemasar tetap menjaga silaturahmi dengan nasabah, hal tersebut bertujuan untuk mempertahankan loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Minimalnya dengan cara menanyakan kabar mereka serta keluarga. Untuk tetap menjalin

¹¹⁰ Wawancara dengan Mbak Desy Normalasari (*Agen* PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Kamis 19 Maret 2018.

¹¹¹ Wawancara dengan Ibu Tina (Nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung), pada Rabu, 12 April 2018.

silaturahmi dengan nasabahnya, agen memberikan hadiah berupa cinderamata jam dinding, payung dan parcel lebaran.

C. Temuan Penelitian

1. Strategi Pemasaran PT Prudential Life Assurance Tulungagung untuk meningkatkan penjualan *PRUlink Syariah*.

Dari hasil penelitian berupa observasi dan wawancara bersama beberapa leader dan agen atau tenaga pemasar produk asuransi syariah yang didukung dengan data sekunder, diperoleh informasi sebagai berikut:

a. PRUlink Syariah

PRUlink Syariah merupakan produk asuransi yang dikaitkan dengan investasi yang berbasis syariah. *PRUlink Syariah* dirancang guna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya masyarakat muslim Indonesia. *PRUlink Syariah* memiliki 2 (dua) jenis produk pilihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, yaitu *PRUlink Syariah Investor Account* (PIA Syariah) merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi syariah dengan pembayaran kontribusi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah dan *PRUlink Syariah Assurance Account* (PAA Syariah) merupakan produk unit link kontribusi berkala yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi syariah serta memiliki fleksibilitas dalam pembayaran kontribusinya sesuai dengan kebutuhan.

Asuransi Prudential memiliki berbagai macam jenis produk dengan bermacam harga setiap produk disesuaikan dengan kebutuhan nasabah

dan jumlah premi yang dibayarkan. Premi yang dibayarkan sesuai dengan kemampuan nasabah. Adapun premi minimal yang dapat dibayarkan sebesar Rp. 500.000 dengan manfaat asuransi paling dasar, yaitu uang pertanggungan jika nasabah meninggal dunia. Adapun premi terbesar adalah tidak terbatas.

Dalam pengelola dananya PT Prudential Life Assurance menggunakan dua akad, yaitu akad *tabarru'* dan akad *tijarah*. Akad *tabarru'* merupakan akad antara peserta pemegang polis dengan peserta yang lain, akad ini memiliki tujuan tolong-menolong dimana dana hibah tersebut dipergunakan jika ada salah satu peserta ada yang terkena musibah. Selain itu ada pula akad *tijarah* yaitu perusahaan asuransi sebagai pengelola dana peserta (*mudharib*) dan peserta asuransi sebagai pemegang polis (*shohibul mal*). Disini perusahaan asuransi syariah berperan sebagai pemegang amanah dalam mengelola dana peserta dan juga berperan sebagai *underwriter* (penilai risiko), *collector* (pengumpulan iuran-iuran tabarru'), dan *fund manager* (pengelola dana investasi peserta).

Kemudian yang membedakan antara *PRUlink Syariah* dengan *PRUlink Konvensional* terletak pada *Surplus Sharing*, dimana *Surplus Sharing* terdapat pada pengelolaan dana *PRUlink Syariah*. *Surplus Sharing* merupakan pembagian kelebihan dana dari rekening tabarru', biasanya akan dibagikan apabila sudah dikurangi biaya klaim dan hutang kepada perusahaan, jika ada. Jadi 30% berada pada dana tabarru' dan

70% dibagikan kepada pemegang polis/peserta dan perusahaan. Dari pembagian tersebut 80% kepada pemegang polis/peserta dan 20% dibagikan sebagai keuntungan perusahaan.

b. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan mengenalkan, mempromosikan, mempresentasikan suatu produk berupa barang atau jasa kepada masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh respon masyarakat agar membeli produk yang dijual oleh suatu perusahaan atau individu. Kegiatan ini tidak lain adalah salah satu kegiatan pokok perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya, untuk mendapatkan profit. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan atau individu yang secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Istilah strategi yang digunakan dalam pemasaran produk asuransi Prudential Syariah adalah menjemput bola. Dimana tenaga pemasaran atau agen menyebar ke berbagai daerah guna memperkenalkan produknya. Para agen atau tenaga pemasar dituntun untuk memperkenalkan atau memasarkan produk asuransi syariah secara langsung kepada calon nasabah. Kegiatan ini disebut sebagai strategi *door to door* atau *personal selling* yang mengharuskan penjualan pribadi agen. Namun selain itu PT Prudential Life Assurance Tulungagung juga melakukan strategi pemasaran menggunakan *group selling*, dengan tujuan membuka mindset atau pola pikir calon nasabah tentang

pentingnya memiliki asuransi syariah. Dengan seperti itu maka calon nasabah akan merasa membutuhkan proteksi bagi dirinya sendiri dan keluarga, sehingga akan muncul sebuah permintaan atas asuransi syariah yang ditawarkan oleh agen asuransi PT Prudential Life Assurance.

Selain dengan menggunakan strategi *door to door* atau *personal selling*, dapat juga dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak atau lembaga maupun perusahaan lain. Misalnya saja yang telah dilakukan PT Prudential Life Assurance telah berhasil bekerja sama dengan perusahaan besar. Kegiatan sosialisasi dilakukan ketika ada rapat pihak asuransi akan minta waktu untuk melakukan presentasi produk. Produk yang ditawarkan memiliki berbagai manfaat yaitu asuransi pensiun, kesehatan, dan tabungan.

Kegiatan pemasaran lain yang dilakukan PT Prudential Life Assurance dengan melalui media lain, perusahaan pusat telah melakukan strategi pemasaran media elektronik dan juga media cetak. Pemasaran juga dilakukan melalui media internet seperti website, memasang iklan di televisi, billboard, papan reklame, brosur. Akan tetapi pemasaran melalui media elektronik dan media cetak tidak menjadi standar khusus perusahaan. Karena pemasaran yang paling efektif yaitu dengan menggunakan agen atau tenaga pemasar untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat atau calon nasabah terutama yang berada di daerah-daerah. Sedangkan dalam pemasarannya menggunakan media elektronik

dengan memanfaatkan media sosial whatsapp, facebook, instagram dan bbm yang dilakukan oleh agen secara pribadi.

Akan tetapi dalam memasarkan produknya perusahaan tidak hanya fokus melakukan penjualan produk ke nasabah saja, melainkan perusahaan juga terus memberikan kontes kepada agen atau tenaga pemasarnya berupa reward atau hadiah kepada agen atau tenaga pemasar yang telah mencapai target penjualan, hadiah yang ditawarkan perusahaan bermacam-macam seperti mendapatkan tiket tour ke luar negeri untuk tengah tahunan akan mendapat akomodasi tiket dan uang saku tour ke Bangkok untuk yang berpenghasilan 5 hingga 6 juta, sedangkan untuk yang tahunan mendapatkan tiket tour ke Eropa untuk yang penghasilan 12 juta. Kemudian ada juga yang mendapatkan emas dengan kadar 10g, 5g, dan 3g akan tetapi penyaluran hadiahnya sudah berupa uang tunai. PT Prudential sering melakukan kontes untuk para agen atau tenaga pemasarnya tidak lain untuk terus memberikan motivasi agar agen atau tenaga pemasar lebih giat dalam melakukan penjualan produk perusahaan.

Kemudian PT Prudential Life Assurance Tulungagung memiliki target pasar utama yaitu masyarakat muslim, akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat non muslim juga telah menjadi target pasar PT Prudential Life Assurance Tulungagung. Pada kenyataannya di Tulungagung banyak masyarakat non muslim yang menjadi nasabah Prudential dan memilih *PRUlink Syariah* sebagai proteksi sekaligus

investasi masa depan mereka. Mereka memiliki alasan adanya *Surplus Sharing* yang digunakan untuk pengelolaan *PRUlink Syariah* sehingga mereka merasa aman jika dananya dikelola dengan prinsip syariah.

2. Mekanisme Sistem Agency sebagai strategi pemasaran *PRUlink Syariah* yang digunakan PT Prudential Life Assurance Tulungagung dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Peran agen atau tenaga pemasar dalam dunia perasuransian memiliki peran penting sebagai salah satu strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan yang kompetitif dalam bidang perasuransian. Untuk menjadi agen, dalam asuransi Prudential Syariah juga harus mendapatkan lisensi yang akan diberikan setelah lulus ujian keagenan. Karena seorang agen diberi wewenang oleh perusahaan yang mengatasmamakan perusahaan asuransi oleh karena itu seorang agen asuransi harus terdaftar di Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI). Namun untuk tenaga pemasar yang ingin memasarkan produk syariah, mereka harus terlebih dahulu memiliki sertifikat tenaga pemasar atau penjual syariah yang terdaftar di Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI).

Kemudian sebelum seorang agen atau tenaga pemasar terjun kelapangan, mereka akan mendapatkan pelatihan (*training*) dari perusahaan untuk mengasah ketrampilan agen, perusahaan menyediakan beberapa training diantaranya yaitu, training *PRUfast Start*, *PRUfirst Selling*, dan *Bassic Sales Course*. Seorang agen biasanya akan menjalani proses pelatihan (*training*) yang mencakup beberapa hal penting seperti pengetahuan tentang profil perusahaan, pengetahuan produk, teori

pemasaran serta materi-materi lain yang menunjang profesinya. Selepas itu agen asuransi syariah akan memulai berinteraksi dengan beberapa tahapan pemasaran atau penjualan produk sesuai dengan pola kerja yang ditetapkan oleh perusahaan.

Seiring dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan asuransi jiwa terutama syariah, hal ini membuat perusahaan asuransi jiwa syariah berlomba-lomba untuk merancang strategi pemasaran agar masyarakat tertarik dengan produk yang ditawarkan hingga akhirnya bersedia bergabung menjadi peserta dalam perusahaan tersebut. Tidak terkecuali pada PT Prudential Life Assurance Tulungagung, tentunya mempunyai strategi tersendiri dalam memasarkan produknya agar dapat diterima masyarakat. Salah satu distribusi yang cukup *familiar* di Indonesia ialah melalui sistem keagenan.

PT Prudential Life Assurance lebih menekankan pada penggunaan saluran distribusi dengan sistem keagenan. Untuk itu seorang agen dituntut untuk melakukan penjualan secara langsung atau *personal selling*. Dalam penjualan secara langsung peran agen sangatlah menentukan, terutama dalam memberikan kontribusi pendapatan bagi perusahaan. Pada umumnya proses kegiatan seorang agen telah ditentukan oleh pihak manajemen. Biasanya diawali dengan melakukan pencarian langsung di lapangan. Selanjutnya seorang agen akan melakukan presentasi produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah. Akan tetapi terjadinya transaksi polis

yang terjual bukanlah akhir dari proses penjualan produk lainnya sekaligus memperluas wilayah pasar.

Pola kerja agen PT Prudential Life Assurance mulai dari proses prospekting, yaitu kegiatan agen dalam mencari calon peserta atau nasabah, misalnya: mencari calon nasabah melalui saudara, teman terdekat, kenalan atau tetangga, atau bahkan melalui media sosial yang dimiliki oleh agen. Kemudian untuk mendapatkan calon nasabah agen harus melakukan pendekatan, yaitu proses dimana agen melakukan pendekatan terhadap prospek yang akan dituju. Sedangkan cara yang dapat digunakan dapat dengan mengunjungi rumah calon nasabah secara langsung. Lalu melakukan pencarian fakta, tahap dimana seorang agen sudah mulai berhubungan langsung dengan prospek. Selanjutnya melakukan Presentasi produk, yang dilakukan oleh agen adalah memberikan penjelasan produk yang ditawarkan. Tahap terakhir yang dilakukan oleh agen yaitu penutupan (*closing*), pada tahap ini sudah ada keputusan atau sikap dari prospek untuk membeli produk yang ditawarkan oleh agen yang diwujudkan dengan melakukan pengisian formulir aplikasi yang disediakan.

Dalam meningkatkan jumlah nasabah serta mempertahankan nasabah agar tetap setia menjadi nasabah PT Prudential Life Assurance Tulungagung, setiap agen tetap menjalin silaturahmi dengan para nasabah mereka. Minimalnya dengan cara menyapa mereka, memperkenalkan produk baru kepada nasabah, atau meminta referensi kepada mereka atau sekedar menanyakan bagaimana pembayaran mereka, apakah mengalami

kesulitan atau tidak. Untuk tetap menjalin silaturahmi dengan nasabahnya, agen memberikan hadiah berupa cinderamata jam dinding, payung dan parcel lebaran.