



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**STRATEGI PEMASARAN ASURANSI DALAM MENUMBUHKAN
MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH
(STUDI KASUS PADA PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA)**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh :
NESSA YUDHIA
NIM. 1904411047

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
AGUSTUS 2023**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**STRATEGI PEMASARAN ASURANSI DALAM MENUMBUHKAN
MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH
(STUDI KASUS PADA PT. ASURANSI TAKAFUL KELUARGA)**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan
Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta**

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh :

NESSA YUDHIA

NIM. 1904411047

PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

AGUSTUS 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi Terapan ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi Terapan ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Nessa Yudhia

NIM : 1904411047

Tanda tangan :



Tanggal : 22 Agustus 2023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Nessa Yudhia

NIM : 1904411047

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Darna, S.E., M.Si ()

Anggota Penguji : Dr. Dede Abdul Fatah, SHL., M.Si. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 22 Agustus 2023

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sahar Warsini, S.E., M.M.

NIP. 196404151990032002

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Nessa Yudhia
Nomor Induk Mahasiswa : 1904411047
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga)

Disetujui oleh :
Pembimbing

Dr. Dede Abdul Fatah, SHI., M.Si.

NIP. 197810032015041002

Ketua Program Studi
Keuangan dan Perbankan Syariah

Nurul Hasanah, S.ST., M.Si.

NIP. 199201122018032001

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi pada program studi D4 keuangan dan perbankan syariah, jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan, penulis mendapat banyak bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.ST., M.Si. selaku Ketua Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.
4. Dr. Dede Abdul Fatah, SHI., M.Si. selaku dosen pembimbing Laporan Skripsi Terapan yang telah memberikan banyak ilmu serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Para staf/karyawan Jurusan Akuntansi yang telah memberikan layanan dan informasi kepada penulis selama penyusunan laporan skripsi dan persiapan sidang.
7. PT Asuransi Takaful Keluarga yang telah bersedia dan mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian skripsi di bidang terkait.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Yoerdinal Hasdi dan Rustinah selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa mendoakan, dan memberikan semangat baik secara dukungan moril maupun materil kepada penulis.
9. Afga Pratama dan Fathia Andini selaku saudara penulis yang selalu mendukung dan menghibur.
10. Amanah Nanda Septiana, Aprilia Nur Fitriana, Evi Septiyanti, Fathia Azzahra, Layla Anggraini, Nadine Rahma Aulia, Nurbaiti Janah, Putri Fauziah, Rifani Jihan, Siti Faridatul Fajar yang telah banyak membantu dan menemani penulis selama masa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman seperjuangan di program studi Keuangan dan Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya KPS B, terima kasih telah kebersamai perjuangan kuliah dari awal hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu, memberi dukungan dan doanya kepada penulis, yang tidak dapat penulis sampaikan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan permintaan maaf jika dalam penulisan ini terdapat kesalahan baik secara penulisan atau pemilihan kata. Semoga penulisan laporan skripsi ini dapat bermanfaat.

Depok, 22 Agustus 2023

Penulis

Nessa Yudhia

NIM. 1904411047



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nessa Yudhia
NIM : 1904411047
Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Strategi Pemasaran Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga)”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 22 Agustus 2023

Yang menyatakan



Nessa Yudhia

NIM. 1904411047



Strategi Pemasaran Asuransi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Produk Asurans Jiwa Syariah (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)

Nessa Yudhia

Keuangan dan Perbankan Syariah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah. Kesadaran masyarakat mengenai produk ini masih rendah, sehingga perusahaan asuransi jiwa syariah perlu merancang strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dan dianalisis menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari strategi pemasaran yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa matrik IFAS memiliki total nilai sebesar 3,50. Hal ini menunjukkan bahwa PT Asuransi Takaful Keluarga memiliki posisi internal yang kuat. Posisi perusahaan terhadap lingkungan luar juga kuat dimana matrik EFAS memiliki total nilai sebesar 3,20. Kemudian berdasarkan matrik IE, posisi perusahaan berada di kuadran I. Oleh karena itu strategi yang paling baik yaitu strategi SO yakni dengan dengan memaksimalkan semua kekuatan untuk meraih peluang yang ada. Hal tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan citra baik dan kepercayaan masyarakat, memperluas pangsa pasar dengan penduduk mayoritas muslim, memaksimalkan penggunaan teknologi informasi, mengoptimalkan produk yang bervariasi dan kompetitif, dan meningkatkan kualitas dan pemahaman karyawan.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Asuransi Jiwa Syariah, Analisis SWOT

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Marketing Strategy of Insurance in Cultivating Public Interest in Sharia Life Insurance Products (Case Study at PT Asuransi Takaful Keluarga)

Nessa Yudhia

Sharia Finance and Banking

ABSTRACT

This study aims to analyze effective marketing strategies in marketing Sharia life insurance products. Awareness of this product among the public is still low, so Shariah life insurance companies need to design appropriate marketing strategies to increase awareness and interest among the public. The research method used is qualitative descriptive by collecting data through observation, interviews, and documentation, and analyzed using SWOT analysis. SWOT analysis is used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the existing marketing strategies. The results showed that the IFAS matrix has a total score of 3.50, indicating that PT Asuransi Takaful Keluarga has a strong internal position. The company's position towards the external environment is also strong, as the EFAS matrix has a total score of 3.20. Then based on the IE matrix, the company's position is in quadrant I. Therefore, the best strategy is the SO strategy, namely by maximizing all strengths to seize existing opportunities. This can be done by utilizing a good image and public trust, expanding market share with a muslim majority population, maximizing the use information technology, optimizing varied and competitive products, and improving the quality and understanding of employees.

Keywords : *Marketing Strategy, Sharia Life Insurance, SWOT Analysis*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	12
2.1.2 Asuransi Syariah.....	15
2.1.3 Minat.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Subjek Penelitian.....	30
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	31
3.6 Metode Pengumpulan Data Penelitian	31
3.7 Metode Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Analisis Faktor Strategi Internal	41
4.1.2 Analisis Faktor Strategi Eksternal	46
4.1.3 Matrik IE.....	51

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.1.4 Analisis SWOT	52
4.2 Pembahasan	57
4.2.1 Kekuatan dan Kelemahan	57
4.2.2 Peluang dan Ancaman	59
4.2.3 Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa pada PT Asuransi Takaful Keluarga.....	59
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan.....	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 3.1 Matrik IE	40
Gambar 3.2 Diagram Analisis SWOT	41
Gambar 4.1 Matrik IE	55
Gambar 4.2 Diagram Matrik SWOT.....	56





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan aset industri asuransi syariah di Indonesia.....	3
Tabel 1.1 Pertumbuhan aset industri asuransi konvensional dan asuransi syariah di Indonesia	4
Tabel 1.3 Pertumbuhan aset PT Asuransi Takaful Keluarga	7
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Matrik IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary).....	37
Tabel 3.2 Matrik EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary).....	38
Tabel 3.3 Matrik SWOT	42
Tabel 4.1 Matrik IFAS	48
Tabel 4.2 Matrik EFAS	53
Tabel 4.3 Matrik Kuantitatif SWOT	56
Tabel 4.4 Analisis SWOT Kualitatif.....	57

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan PT Asuransi Takaful Keluarga	71
Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan PT Asuransi Takaful Keluarga	77
Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Akademisi	79
Lampiran 4. Hasil Wawancara dengan Nasabah Asuransi Syariah	81
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara	83
Lampiran 6. Sebaran Kuesioner	84
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Bobot.....	85
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Rating.....	87



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia salah satu bentuk Lembaga Keuangan Non Bank yang berfungsi sebagai pilar ekonomi nasional adalah industri perasuransian. Perusahaan asuransi merupakan perusahaan yang bergerak pada penjualan produk jasa pengalihan risiko dari pihak tertanggung kepada pihak penanggung melalui agen asuransi yang diatur sesuai perundang-undangan yang berlaku (Sumiyati, 2017). Berdasarkan UU No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian, “Asuransi adalah perjanjian antara dua pihak, yaitu perusahaan asuransi dan pemegang polis, yang menjadi dasar bagi penerimaan premi oleh perusahaan asuransi sebagai imbalan untuk memberikan penggantian kepada tertanggung atau pemegang polis karena kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum kepada pihak ketiga yang mungkin diderita tertanggung atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti; atau memberikan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya tertanggung atau pembayaran yang didasarkan pada hidupnya tertanggung dengan manfaat yang besarnya telah ditetapkan dan/atau didasarkan pada hasil pengelolaan dana.”

Industi asuransi berperan penting dalam menjaga kualitas kehidupan seperti sekarang ini. Hal ini dikarenakan asuransi dapat dijadikan jaminan atau perlindungan terhadap kondisi kedepannya dan adakalanya juga penghasilan yang mereka miliki mengalami penurunan ataupun kenaikan. Dengan memiliki asuransi itu berarti kita memberikan proteksi masa depan untuk diri sendiri dan keluarga, artinya jika sewaktu-waktu terjadi risiko maka pihak asuransi yang akan membiayai terjadinya risiko tersebut. Risiko merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan, karena segala aktivitas yang dilakukan dalam hidup manusia pasti mengandung risiko (Marginingsih, 2017). Risiko juga merupakan kemungkinan terjadinya suatu kerugian/bencana yang tidak diduga atau tidak diinginkan. Jadi, untuk menghindari hal-hal tersebut manusia memerlukan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

usaha dan upaya menghindari resikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat yaitu pada institusi yang bernama asuransi (Rahmayati, 2018).

Melihat pentingnya asuransi di era seperti sekarang ini, maka pemahaman tentang suatu produk asuransi menjadi sangat penting dalam dunia usaha asuransi syariah (Ayuni & Aslami, 2022). Asuransi syariah adalah kumpulan perjanjian yang terdiri atas perjanjian antara perusahaan asuransi syariah dan pemegang polis, dan perjanjian di antara para pemegang polis dalam rangka pengelolaan kontribusi berdasarkan prinsip syariah. Asuransi syariah ditujukan untuk saling menolong dan melindungi dengan memberikan penggantian ke peserta atau pemegang polis atas kerugian, kerusakan, biaya yang timbul, kehilangan keuntungan, atau tanggung jawab hukum ke pihak ketiga yang mungkin ditanggung peserta atau pemegang polis karena terjadinya suatu peristiwa yang tidak pasti. Penggantian ini dilakukan melalui produk asuransi umum yang digulirkannya atau dengan melakukan pembayaran yang didasarkan pada meninggalnya peserta atau pembayaran yang didasarkan pada hasil pengelolaan dana pada asuransi jiwa syariah sebagaimana tercantum dalam UU No. 40 Tahun 2014 tentang perasuransian.

Keberadaan industri asuransi syariah telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari industri keuangan syariah maupun industri asuransi nasional pada umumnya. Asuransi syariah memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap sistem asuransi yang berbasis nilai-nilai syariah Islam sehingga masyarakat memiliki alternatif dalam memilih sistem asuransi yang diinginkan. Kehadiran layanan asuransi syariah tidak hanya dibutuhkan oleh masyarakat, tetapi juga lembaga keuangan seperti perbankan syariah. Melalui konsep dan prinsip pembagian risiko, asuransi syariah dapat menjadi pilihan pengendalian risiko yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis.

Pada tahun 2022, jumlah penduduk di Indonesia sudah mencapai 275,77 juta jiwa. Jumlah penduduk yang sangat besar ini, merupakan kesempatan khususnya bagi industri asuransi Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan penduduk terbesar dan memiliki potensi yang tinggi dalam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pertumbuhan asuransi (Susanti, 2019). Berikut ini merupakan data pertumbuhan aset industri asuransi syariah di Indonesia:

Tabel 1.1 Pertumbuhan aset industri asuransi syariah di Indonesia

Komponen	Desember 2018	Desember 2019	Desember 2020	Desember 2021	Desember 2022
Asuransi	41.96	45.45	44.61	43.55	45.02
Asuransi Jiwa	34.47	37.49	36.49	34.97	34.89
Asuransi Umum	5.62	5.90	6.01	6.62	7.73
Reasuransi	1.86	2.06	2.11	1.96	2.41

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2018-2022, diolah

Kinerja asuransi syariah tercatat mengalami pertumbuhan yang terlihat dari total aset yang mencapai Rp45,02 triliun pada Desember 2022. Aset tersebut tumbuh 3,37 persen secara tahunan (*year-on-year/yoY*) dari Rp43,55 triliun pada Desember 2021. Aset asuransi syariah didominasi oleh asuransi jiwa syariah (Rp34,89 triliun) atau sebesar 77,49%. Sedangkan proporsi dari asuransi umum syariah (Rp7,73 triliun) atau sebesar 17,16% dan reasuransi syariah (Rp2,41 triliun) atau sebesar 5,34%. Walaupun asuransi jiwa syariah mendominasi aset asuransi syariah, asuransi jiwa syariah hanya mengggangam pangsa sebesar 5,95% jika dibandingkan dengan aset industri asuransi jiwa secara nasional. Total aset asuransi syariah sendiri masih sedikit jika dibandingkan dengan total aset asuransi konvensional. Adapun perbandingan pertumbuhan industri asuransi konvensional dan syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 1.2 Pertumbuhan aset industri asuransi konvensional dan asuransi syariah di Indonesia

Komponen	Desember 2020		Desember 2021		Desember 2022	
	Konvensional	Syariah	Konvensional	Syariah	Konvensional	Syariah
Asuransi	1,409.75	44.61	1,590.72	43.55	1,738.25	45.02
Asuransi Jiwa	544.20	36.49	589.81	34.97	585.86	34.89
Asuransi Umum	166.78	6.01	182.70	6.62	196.75	7.73
Reasuransi	26.99	2.11	29.71	1.96	33.81	2.41
Asuransi ASN, TNI/POLRI, Kecelakaan Penumpang Umum dan Lalu Lintas Jalan	137.33	-	137.06	-	163.87	-
Asuransi Sosial (BPJS)	534.46	-	651.45	-	757.95	-

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2020-2022, diolah

Tabel di atas menunjukkan pertumbuhan aset asuransi konvensional dengan asuransi syariah 3 tahun terakhir. Total aset pada asuransi konvensional mengalami kenaikan tiap tahunnya, dengan porsi sebesar Rp1.409,75 triliun pada Desember 2020, Rp 1.590,72 triliun pada Desember 2021, dan Rp1.738,25 triliun pada Desember 2022. Sedangkan pada asuransi syariah, terjadi penurunan total aset dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar Rp1.06 triliun, lalu terjadi kenaikan di tahun berikutnya sebesar Rp1.47 triliun. Maka secara tidak langsung dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang memilih asuransi konvensional dibandingkan dengan asuransi syariah.

Terdapat beberapa tantangan yang membuat asuransi syariah belum dapat berkembang dengan maksimal di Indonesia. Tantangan yang pertama adalah tingkat literasi asuransi syariah yang masih rendah. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019, literasi asuransi syariah di Indonesia masih berada di angka 3,99 persen. Masyarakat cenderung memilih perusahaan asuransi yang sudah besar dan memiliki reputasi. Sedangkan, kebanyakan perusahaan asuransi syariah berukuran lebih kecil ketimbang perusahaan konvensional. Tantangan yang kedua adalah terkait dengan Sumber

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Daya Manusia (SDM). Program edukasi keuangan syariah saat ini belum sesuai dengan kemampuan yang dibutuhkan industri. SDM perlu mendapatkan standarisasi agar lebih memahami industri keuangan syariah. Selain itu, mayoritas SDM di asuransi syariah berasal dari latar belakang keuangan konvensional, sehingga penyesuaian dan pemahaman mengenai prinsip-prinsip syariah masih diperlukan. Tantangan ketiga adalah regulasi dan perpajakan. Asuransi syariah masih menghadapi keterbatasan dalam hal regulasi dan fatwa yang berkaitan dengan beragam produk asuransi syariah. Tantangan terakhir yaitu berkaitan dengan ekosistem pendukung seperti data dan informasi, teknologi, serta kapasitas riset dan pengembangan (Respati, 2023)

Perkembangan asuransi syariah dihadapkan pada berbagai tantangan dan ancaman yang belum sepenuhnya dapat diatasi, sehingga diperlukan upaya terus-menerus dengan mencoba dan menemukan berbagai macam strategi yang sesuai. Salah satu alat yang digunakan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan suatu perusahaan umumnya dan khususnya terhadap bidang pemasaran didalam menghadapi lingkungannya adalah analisis SWOT.

Dalam persaingan bisnis, perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri. Hal ini akan sangat membantu perusahaan dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Suatu perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan cara mencari kesesuaian antara kekuatan-kekuatan internal perusahaan dan kekuatan-kekuatan eksternal perusahaan. Dengan mengembangkan strategi dalam bersaing, perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sehingga dapat mengantisipasi perubahan lingkungan dimana hal itu sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan optimal dari sumber daya yang ada. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusaha dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan (Priangani,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2013). Dalam perusahaan, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran pada perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan. Di dalam pemasaran mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain. Selain itu, dengan adanya pemasaran juga sangat membantu para konsumen. Jadi, mereka akan lebih mudah menemukan produk yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Ketika pemasaran sesuai dengan targetnya, perusahaan akan mendapatkan banyak pembeli dan keuntungan bisa didapatkan.

Saat ini, terdapat banyak perusahaan di Indonesia salah satunya adalah perusahaan asuransi jiwa. Semakin banyak perusahaan asuransi jiwa maka perusahaan tersebut harus mempunyai strategi pemasaran yang baik untuk mendapatkan nasabah. Salah satu perusahaan asuransi jiwa di Indonesia adalah PT. Asuransi Takaful Keluarga. Takaful Keluarga adalah pelopor perusahaan asuransi jiwa syariah di Indonesia yang mulai beroperasi sejak tahun 1994. Takaful Keluarga mengembangkan berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan berasuransi sesuai syariah meliputi perlindungan jiwa, perlindungan kesehatan, perencanaan pendidikan anak, perencanaan hari tua, serta menjadi rekan terbaik dalam perencanaan investasi. Kinerja positif Takaful Keluarga dari tahun ke tahun dibuktikan dengan diraihnya penghargaan-penghargaan prestisius yang diberikan oleh berbagai institusi. Salah satu penghargaannya yaitu, Best Sharia Life Insurance (Full Fledged) pada tahun 2022.

Takaful Keluarga berkomitmen untuk terus memperkuat dan memperluas jaringan layanan di seluruh Indonesia. Upaya terus dilakukan dengan meningkatkan dan memperbaharui sistem teknologi informasi guna memberikan pelayanan prima kepada peserta. Takaful Keluarga menjadi pilihan terpercaya dalam menyediakan solusi perlindungan jiwa dan perencanaan investasi sesuai syariah bagi masyarakat Indonesia. Jika dilihat dari data keuangan tahunan, PT Asuransi Takaful Keluarga mengalami peningkatan dari tahun 2018-2020 serta dari tahun 2021-2022. Berikut merupakan pertumbuhan aset PT Asuransi Takaful Keluarga:



Tabel 1.3 Pertumbuhan aset PT Asuransi Takaful Keluarga

Desem ber 2018	Desem ber 2019	Desem ber 2020	Desem ber 2021	Desem ber 2022
1,712,378.01	1,754,555.84	1,833,609.10	1,824,076.65	1,850,269.16

Sumber: Takaful Keluarga 2018-2022, diolah

Tabel di atas menunjukkan pertumbuhan aset dari PT Asuransi Takaful Keluarga per Desember tahun 2018 hingga 2022. Walaupun sempat mengalami penurunan pada tahun 2021, PT Asuransi Takaful Keluarga berhasil pulih dan mengalami peningkatan kembali di tahun berikutnya. Pertumbuhan perusahaan dapat diukur dengan menggunakan perubahan total aset. Pertumbuhan aset adalah selisih total aset yang dimiliki perusahaan pada periode sekarang dengan periode sebelumnya terhadap total aset periode sebelumnya (Mahatma & Wirajaya, 2014). Total aset ini mengukur seberapa besar dan kecil suatu perusahaan pada laporan keuangan. Semakin besar total aset menggambarkan kekayaan perusahaan yang besar dan memiliki kinerja yang baik. Pertumbuhan aset juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan aset sangat diharapkan bagi perkembangan perusahaan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang tinggi memberi tanda bagi perkembangan perusahaan.

Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat mengetahui strategi pemasaran asuransi yang efektif dan tepat guna menumbuhkan minat masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah. Sehingga jika dilaksanakan, dapat berdampak pada peningkatan bagi industri perasuransian syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk menganalisis dan mengkaji lebih dalam terkait strategi pemasaran dari asuransi jiwa syariah PT Asuransi Takaful Keluarga dengan menggunakan metode SWOT dengan melakukan penelitian yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN ASURANSI DALAM MENUMBUHKAN MINAT**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

MASYARAKAT PADA PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH (Studi Kasus Pada PT Asuransi Takaful Keluarga)”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Pemanfaatan potensi asuransi di Indonesia masih belum optimal, terutama dalam melakukan pendekatan terhadap masyarakat. Banyak masyarakat yang belum sadar akan manfaat dan fungsi asuransi, khususnya pada asuransi jiwa. Padahal lembaga keuangan syariah memiliki keunggulan, bukan hanya dari aspek hukum tetapi juga sistem ekonomi alternative yang mendukung percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia. Selain itu, masih banyak masyarakat di Indonesia yang lebih memilih asuransi konvensional dibandingkan dengan asuransi syariah, padahal Indonesia merupakan negara dengan jumlah muslim terbanyak di dunia, yaitu sebesar 231 Juta penduduk. Jika dilihat dari asetnya pun, asuransi konvensional memiliki pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan dengan asuransi syariah. Pertumbuhan aset asuransi konvensional pada tahun 2022 adalah sebesar Rp147,53 triliun, sedangkan asuransi syariah hanya sebesar Rp1,47 triliun.

Melihat potensi perkembangan asuransi syariah di Indonesia, PT Asuransi Takaful Keluarga hadir untuk menjawab tantangan dan juga merealisasikan potensi pangsa pasar di Indonesia. Pada periode tahun 2018 hingga 2020, dan juga pada tahun 2022 aset dari PT Asuransi Takaful Keluarga mengalami kenaikan yang signifikan. Namun hal ini berbanding terbalik dengan pertumbuhan aset asuransi jiwa syariah yang ada di Indonesia. Aset asuransi jiwa syariah mengalami penurunan selama 4 tahun berturut-turut dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Hal ini mengidentifikasikan bahwa minat masyarakat terhadap produk asuransi jiwa syariah berkurang tiap tahunnya. Oleh karena itu, perlu adanya analisis strategi pemasaran untuk mengetahui cara menumbuhkan minat masyarakat serta meningkatkan nilai jual asuransi jiwa syariah dan mengetahui apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam proses pemasaran produknya.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah penelitian di atas, pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bagi PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat nasabah pada produk asuransi jiwa syariah?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman bagi PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya
2. Untuk menganalisa tentang strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan minat nasabah pada produk asuransi jiwa syariah

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan pemahaman mengenai asuransi, khususnya asuransi jiwa syariah. Selain itu, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan tentang strategi pemasaran dalam sebuah lembaga

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai strategi pemasaran pada produk asuransi jiwa syariah serta sebagai bahan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perbandingan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan dengan penerapannya di dalam perusahaan

b. Bagi Perusahaan atau lembaga

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai perkembangan asuransi jiwa syariah di Indonesia serta diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan untuk kemajuan di masa mendatang

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini terdiri dari 5 bab dan setiap bab berisi sub bab yang berhubungan satu sama lainnya dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, memuat pendahuluan yang terdiri dari latar belakang yang menjelaskan sebab timbulnya masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang menggambarkan kerangka pembahasan antar bab yang berhubungan dan berkaitan satu dengan lainnya.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini, akan diuraikan mengenai teori-teori yang sesuai dengan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, beserta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini, akan berisikan mengenai jenis penelitian yang digunakan, objek penelitian, subjek penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, akan dijelaskan hasil dari penelitian yang diperoleh/temuan di lapangan berkaitan dengan objek penelitian, data penelitian serta hasil pengolahan data. Pembahasan merupakan uraian mengenai bagaimana hasil

analisis setiap variabel dikaitkan satu dengan lainnya untuk menjawab tujuan penelitian dengan merujuk pada hasil analisis data yang diperoleh dan mengaitkannya dengan teori yang mendasari atau dengan hasil-hasil penelitian terdahulu.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, berisikan kesimpulan dari hasil dan penelitian yang telah dilakukan serta saran yang akan diberika terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian ini, yaitu :

1. PT Asuransi Takaful Keluarga memiliki berbagai kelebihan, kelemahan, peluang, serta ancaman dalam memasarkan produknya. Kelebihan dari PT Asuransi Takaful Keluarga yang paling dominan ialah mutu dan produk asuransi yang sudah terjamin dan tingkat RBC yang sesuai dengan ketentuan OJK. Adapun kelemahan yang paling dominan pada PT Asuransi Takaful Keluarga ialah persepsi negative masyarakat terhadap asuransi di Indonesia. Kemudian untuk peluang, faktor yang paling dominan ialah penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Sedangkan untuk ancaman, faktor yang paling dominan ialah masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa konsep asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional.

2. Dalam rangka menarik minat nasabah terhadap produk asuransi jiwa, terdapat strategi alternatif yang dapat diimplementasikan, yaitu dengan memanfaatkan sepenuhnya semua kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu memanfaatkan citra baik & kepercayaan masyarakat, memperluas pangsa pasar dengan penduduk mayoritas muslim, memaksimalkan penggunaan teknologi informasi, mengoptimalkan produk yang bervariasi dan kompetitif, dan meningkatkan kualitas dan pemahaman karyawan.

5.2 Saran

Saran-saran yang bisa peneliti berikan kepada PT Asuransi Takaful Keluarga adalah sebagai berikut:

1. PT Asuransi Takaful Keluarga sebaiknya mengoptimalkan serta mengembangkan produk asuransi jiwa syariah yang lebih bervariasi dan

kompetitif, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah. Dengan memberikan opsi yang lebih beragam, perusahaan dapat menarik berbagai segmen pasar dan memberikan solusi yang lebih relevan bagi calon nasabah. Dalam upaya ini, perusahaan dapat berfokus pada penyempurnaan fitur yang memenuhi kebutuhan nasabah secara lebih efektif, serta mengintegrasikan elemen baru yang belum ditemukan dalam produk asuransi lainnya.

2. PT Asuransi Takaful Keluarga sebaiknya terus memaksimalkan penggunaan teknologi dan tetap intensif dalam melakukan kegiatan promosi dan sosialisasi terhadap produk asuransi jiwa. Promosi dapat dilakukan dengan menghadirkan cerita sukses dari nasabah yang telah merasakan manfaat dari produk asuransi jiwa syariah, serta menyajikan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai keunggulan dan prinsip-prinsip syariah yang menjadi dasar produk tersebut. Pemanfaatan teknologi dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses informasi dan melakukan interaksi langsung dengan perusahaan, sehingga lebih menggugah minat mereka untuk menjajaki lebih lanjut tentang produk asuransi jiwa syariah yang ditawarkan. Dalam proses sosialisasi, penting bagi PT Asuransi Takaful Keluarga untuk menyampaikan pesan-pesan edukatif yang membantu mengatasi miskonsepsi umum tentang asuransi syariah, sehingga masyarakat lebih memahami nilai dan manfaat yang mereka peroleh dari produk tersebut.

3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk mencari serta mendalami data-data atau referensi yang lain dan lebih banyak lagi. Sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu dan wawasan baru yang lebih luas. Selain itu, juga disarankan untuk mengembangkan metode analisis data yang akan digunakan pada penelitian.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Suryana, A., & Herlina. (2022). Analisis Minat Belajar Siswa Dalam Belajar Online di Era Covid-19. *Journal of Basic Educational Studies*, 2(2), 101-111.
- Ariawan, P. D., Sudiarta, I. W., & Sudita, I. K. (2019). Proses Pengajaran Mosaik di SMK Negeri 1 Sukasada. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 9(2), 69-76.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, S. (2015). Pengaruh Kemampuan Awal dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Fisika. *Jurnal Formatif*, 5(1), 68-75.
- Ayuni, P., & Aslami, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Fulprotek PT. Asuransi Takaful Keluarga dan Bank Muamalat Indonesia. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 10.
- Fahmi, & Irham. (2015). *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Idris, M. H., & Ramdani, I. (2014). *Menumbuhkan Minat Membaca Pada Anak Usia Dini*. Jakarta Timur: PT. Luxima Metro Media.
- Karlindo, A. J. (2020). *Analisis Isi Program Siaran Good Morning Jakarta Di Radio Muara Jakarta*. Skripsi. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.
- Khairani, M. (2014). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kurrohman, T., Dauman, & Purwanto, A. (2021). Aktualisasi Klaim Asuransi Pada Lembaga Asuransi Jiwa Syariah Berdasarkan Prinsip Syariah. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, 12(2), 176.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Kusuma, M., & Diani, R. (2022). Qishash Diyat Dalam Hukum Pidana Islam Lebih Mencerminkan Keadilan Dari Sisi Korban. *Jurnal Dinamika*, 2(2), 49.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Marginingsih, R. (2017). Tata Kelola Manajemen Risiko Pada PT Unilever Indonesia, Tbk. *Cakrawala*, 17(2), 156.
- Maulana, A. (2016). *Penentuan Prioritas Strategi Pariwisata Dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (Studi pada Pariwisata Kabupaten Pesawaran)*. Skripsi. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Mukhsinun, & Fursotun, U. (2019). *Dasar Hukum dan Prinsip Asuransi Syariah di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 3(1), 48-67.
- Nasir, A. (2019). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UD ARJUNO, Sengkaling, Kabupaten Malang)*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(4), 1-9.
- Nurdzakiyah, N. (2019). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan Masyarakat Terhadap Asuransi Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Pagedangan Ilir Kecamatan Kronjo Kabupaten Tangerang-Banten)*. Skripsi. UIN SMH, Banten.
- Persari, D., Heriyanto, M., & Yuliani, F. (2018, Juli). *Implementasi Strategi Pengembangan Kepariwisata*. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 15(1), 104-109.
- Priangani, A. (2013). *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1-2.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmayati. (2018). *Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah*. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(1), 91.
- Rangkuti, F. (2019). *Teknik Membedah Kasus Bisnis (Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Rangkuti, F. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating dan Ocai. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Respati, A.R. (2023). 4 Tantangan Perkembangan Asuransi Syariah di Indonesia. 24 November 2022. <https://money.kompas.com/read/2023/02/17/140000226/4-tantangan-perkembangan-asuransi-syariah-di-indonesia?page=all>
- Rosaliza, M. (2015, Februari). Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(2), 71-79.
- Sedarmayanti. (2018). Manajemen strategi. Bandung: Refika Aditama.
- Sefudin, A. (2014, September). Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) "4P" Ke "4C" (Studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI. *Journal of Applied Business and Economics*, 1(1), 17-23.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sumiyati. (2017). Praktik Asuransi Dengan Sistem Multi Level Marketing Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2014 Tentang Perasuransian. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 1(2), 206.
- Sunyoto, D. (2019). Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus. Jakarta: Center of Academics Publishing Service.
- Susanto, A. (2013). Teori belajar dan pembelajaran di sekolah dasar. Jakarta: Kencana.
- Tania, C. (2018). Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan. Universitas Sumatera Utara.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Utami, D. P., Melliani, D., Maolana, F. N., Marliyanti, F., & Hidayat, A. (2021).
Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. Jurnal Inovasi
Penelitian, 2735-2742.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan PT Asuransi Takaful Keluarga

Nama : Nurina Listyanti
 Jabatan : Marketing Manager
 Tanggal : 11 Juli 2023

Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan dengan penulis

1. Bagaimana perkembangan PT Asuransi Takaful Keluarga hingga saat ini?

Sejak terjadinya pandemi Covid 19 hingga saat ini, PT Asuransi Takaful Keluarga masih terus mengalami perkembangan, termasuk dari segi strategi pemasarannya yang dilakukan dengan menggunakan sosial media.

Kemudian dari segi RBC (Risk Based Capital) masih dalam kondisi yang aman, dan masih sesuai dengan ketentuan OJK (Otoritas Jasa Keuangan). Lalu, dari segi peserta dan polis juga masih termasuk dalam kondisi yang aman. Kesehatan keuangan pun masih sehat. Jadi, untuk keseluruhan kondisi perusahaan baik-baik saja.

2. Apa produk unggulan pada PT Asuransi Takaful Keluarga dan apa yang membedakannya dengan produk yang lain?

Produk unggulan yang dimiliki perusahaan adalah produk takaful dana pendidikan (Fulnadi). Dapat dikatakan ini merupakan produk yang terbaik di industri. Takaful dana pendidikan merupakan produk asuransi jiwa syariah yang memberikan manfaat dana pendidikan jika orang tua meninggal dunia, seperti santunan meninggal dunia, saldo dana tabungan, serta beasiswa. Beasiswa yang diterima tidak hanya yang akan masuk ke jenjang pendidikan baru, namun akan didapat setiap tahun, dan tidak perlu untuk membayar lagi.

Sementara kebanyakan produk asuransi pendidikan yang ada, biasanya yang keluar hanya biaya tahapan, dimana biaya tahapan ini bisa diterima hanya pada jenjang masuk yang baru, seperti SMP, SMA, atau kuliah saja, namun tidak ada beasiswa setiap tahunnya dan tidak ada santunan. Tetapi tetap tidak perlu membayar kontribusi.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Apa saja yang menjadi faktor kekuatan pada PT Asuransi Takaful Keluarga?

Faktor kekuatan yang utama yaitu kepercayaan dari masyarakat. Faktor ini berasal dari kinerja perusahaan, seperti kinerja dalam hal pengelolaan risiko, pengelolaan dana, pelayanan.

Kekuatan image masyarakat kepada PT Asuransi Takaful Keluarga masih baik. Perusahaan ini masih dipercaya dan diamanahkan, sehingga banyak masyarakat yang memiliki produk-produk yang ada di perusahaan. Selain itu, kekuatan pada PT Asuransi Takaful Keluarga ini ialah bukan merupakan unit syariah, namun *full fledged*. Perusahaan ini sudah berjalan lama, dan semenjak berdiri pun sudah *full fledged*, karena dimasa sekarang ini banyak perusahaan konvensional yang sedang proses *spin off* dari unit menjadi perusahaan.

4. Apa saja yang menjadi faktor kelemahan pada PT Asuransi Takaful Keluarga?

Terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi, salah satunya adalah keraguan para tenaga pemasar serta staff-staff yang ada dalam menceritakan mengenai perbedaan asuransi syariah dengan asuransi konvensional kepada masyarakat. Para tenaga pasar dan staff harus yakin bahwa asuransi syariah memiliki nilai yang lebih dibandingkan asuransi konvensional.

5. Bagaimana perusahaan mengatasi kelemahan yang ada?

Hal yang dilakukan oleh perusahaan adalah melakukan edukasi melalui media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Youtube. Terdapat beberapa konten yang ada di Youtube perusahaan, itu merupakan salah satu cara untuk meningkatkan literasi asuransi syariah kepada masyarakat.

6. Strategi apa yang digunakan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya?

Yang pertama harus dilakukan yaitu mengetahui serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap asuransi syariah dan terhadap takaful keluarga sebagai perusahaan asuransi syariah. Hal yang dilakukan yaitu literasi melalui Youtube sebagai bentuk edukasi. Kemudian strategi berikutnya, menentukan target



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

market. Strategi akan bergantung pada sasarannya, dengan hal itu perusahaan bisa menentukan media, talent, serta bentuk iklan yang akan digunakan.

7. Apa faktor yang mempengaruhi pemilihan strategi pemasaran yang digunakan?

Faktor yang paling utama ialah target market. Kemudian daerah mana yang memiliki pasar yang bagus. Kedua hal tersebut merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pemilihan strategi pemasaran.

8. Bagaimana proses perencanaan strategi pemasaran yang dilakukan?

Proses perencanaan pemasaran yang dilakukan ialah menarik data terlebih dahulu, menentukan produk-produk mana yang memang masih memerlukan promosi dan membutuhkan extra strategi untuk dipromosikan. Setelah melihat data, hal yang dilakukan selanjutnya ialah menentukan apa produknya, lalu menentukan target market dan menentukan keunggulan apa yang ingin dijual dari produk tersebut. Setelah melaksanakan strategi, kemudian dilakukan monitoring untuk mengetahui berhasil atau tidaknya strategi yang telah dilakukan dan apa ada peningkatan dalam penjualannya. Jika ada yang belum sesuai, akan diperbaiki dikemudian hari.

9. Apakah PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan promosi dalam memasarkan produk? Apa saja jenis-jenis promosi pemasaran yang diterapkan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga?

Jenis promosi pemasaran yang dilakukan perusahaan adalah promosi menggunakan media sosial. Selain itu juga menempatkan standing banner di event-event yang terdapat agen perusahaan di dalamnya. Misal event jobstreet atau event yang berada di rumah sakit. Hal ini digunakan untuk meningkatkan awareness masyarakat. Biasanya juga terdapat beberapa tenaga pemasar yang bisa memberikan informasi mengenai produk-produk yang ada di PT Asuransi Takaful Keluarga.

10. Bagaimana peran teknologi informasi dalam mempromosikan produknya?

Teknologi informasi menjadi strategi yang utama karena pada masa ini serba digital. Sehingga dengan adanya teknologi, perusahaan bisa memanfaatkannya untuk melakukan promosi. Teknologi ini digunakan bukan hanya untuk promosi kepada calon nasabah, namun juga bisa digunakan untuk melakukan training ke



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

agen dan tenaga pemasar. Teknologi juga bisa dilakukan untuk melakukan perekrutan agen sehingga jangkauan menjadi lebih luas. Kemudian, teknologi juga digunakan oleh tim back office untuk melakukan proses operasional untuk memudahkan mereka dalam bekerja.

11. Sosial media apa yang paling berpengaruh dalam memasarkan produk? Kalau dalam memasarkan produk yang resmi dari PT Asuransi Takaful Keluarga, yang paling besar pengaruhnya adalah dari Instagram dan Facebook. Sedangkan kalau dari tenaga pemasar, yang paling besar pengaruhnya adalah Facebook.

12. Apakah dalam memasarkan produknya PT Asuransi Takaful Keluarga telah menyediakan fasilitas yang memadai?

PT Asuransi Takaful Keluarga sudah menyediakan fasilitas yang memadai. Semenjak pandemi kemarin, para karyawan tidak boleh bertatap muka langsung, sehingga semua dilakukan dengan menggunakan teknologi. Fasilitas-fasilitas itu pun beralih semua melalui *WhatsApp*, *Zoom*, dan yang lainnya. Dengan kondisi kemarin, perusahaan sudah memenuhi fasilitas yang dibutuhkan oleh para karyawannya dengan cara yang berbeda

13. Apakah karyawan PT Asuransi Takaful Keluarga sudah memahami tentang produk yang akan dipasarkan?

Tim HR sering mengadakan training mengenai produk takaful. Setelah itu melakukan post test. Untuk tingkat pemahaman para karyawan akan dilihat dari hasil post test.

14. Apa upaya yang dilakukan untuk memonitor dan mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang sedang berjalan? Indikator apa yang digunakan untuk melihat apakah strategi pemasaran yang dilakukan efektif atau tidak?

Harus ditanyakan terlebih dahulu kepada bagian Corporate Communication. Kalau dari Facebook dilihat dari hal yang mereka lakukan setelah mendapat informasi dari perusahaan, apakah mereka akan mencoba menghubungi atau tidak



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

15. Apakah PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya bekerja sama dengan pihak lain?

PT Asuransi Takaful Keluarga bekerja sama dengan pihak lain dalam memasarkan produknya dalam hal konten Youtube. Beberapa kali perusahaan mengundang narasumber untuk bisa mengisi talkshow atau podcast

16. Bagaimana cara PT Asuransi Takaful Keluarga dalam membina hubungan dengan pelanggan atau relasi? Dan apa strategi yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggannya?

Dalam membina hubungan dengan pelanggan, perusahaan memiliki layanan after sales service. Setelah mereka memiliki produk yang ada di perusahaan, mereka akan mendapatkan beberapa hal, seperti kemudahan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dan kemudahan untuk klaim. Kemudian terdapat tim khusus. Jika ada nasabah yang mengajukan untuk surrender atau putus kontrak, maka mereka akan mencoba menghubungi nasabah tersebut untuk dipertahankan, dan mencoba cari solusi agar tetap bisa melanjutkan polis.

17. Bagaimana perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran dengan adanya banyak persaingan?

Cara perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran, yaitu memanfaatkan tren yang ada saat ini, seperti social media, menyesuaikan produk-produk dengan kebutuhan masyarakat sekarang, dan diharapkan untuk tenaga pemasar yang sudah memiliki pengetahuan yang matang mengenai asuransi syariah dapat lebih percaya diri lagi ketika menjelaskan tentang asuransi syariah dan takaful sehingga masyarakat semakin terbuka wawasannya dan yakin bahwa takaful merupakan asuransi yang tepat untuk pengelolaan keuangan mereka. Kalau mereka sudah paham, mereka akan dengan sendirinya mempunyai produk-produk takaful.

18. Bagaimana peluang pada PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya?

Peluang pada PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya sangat besar. Pertama, masyarakat Indonesia mayoritas beragama islam. Kemudian, produk yang kompetitif yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah. dan yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terakhir promosi terhadap produk, sehingga mereka tau bahwa takaful memiliki produk yang bagus, yang sesuai dengan kebutuhan mereka

19. Bagaimana tantangan pada PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya?

Tantangan pada PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya adalah rendahnya literasi masyarakat mengenai asuransi syariah. Banyak yang masih menganggap asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional. Banyak pula masyarakat muslim yang lebih memilih asuransi konvensional dibandingkan dengan asuransi syariah. Kemudian, tantangan lainnya yang tidak terlalu besar pengaruhnya ialah kurangnya regenerasi tenaga pemasar yang lebih muda. Perusahaan membutuhkan dan mengharapkan ada regenerasi tenaga pemasar dengan usia yang lebih muda lagi.

20. Upaya apa yang dilakukan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam menghadapi tantangan tersebut?

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan literasi masyarakat ialah membuat konten Youtube. Konten Youtube tidak langsung membicarakan tentang produk, namun memberikan wawasan seperti perencanaan keuangan, asuransi syariah sebagai salah satu bagian dari perencanaan keuangan, dan hal lainnya

21. Apa yang sudah dilakukan perusahaan untuk menumbuhkan minat masyarakat terhadap asuransi jiwa syariah?

Dengan menunjukkan nilai dari asuransi syariah. Dengan menggunakan asuransi syariah, selain dapat memberikan proteksi kepada keluarga juga dapat berkontribusi dalam tolong menolong terhadap peserta

22. Apakah terdapat rencana atau program inovasi untuk terus meningkatkan jumlah nasabah di PT Asuransi Takaful Keluarga?

Saat ini perusahaan sedang mencoba mengembangkan digital marketing, dimana nasabah bisa mendapat informasi melalui website perusahaan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan PT Asuransi Takaful Keluarga

Nama : Nur Izatil Hasanah
 Jabatan : Agen
 Tanggal : 14 Juli 2023

Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan dengan penulis

1. Bagaimana perkembangan PT Asuransi Takaful Keluarga hingga saat ini?

Perkembangan sekarang menurut penglihatan saya sebagai agent sudah cukup luas dikenal oleh masyarakat dan produk pada PT takaful juga sudah bervariasi dalam hal membantu.

2. Metode apa saja yang digunakan dalam melakukan pemasaran di PT Asuransi Takaful Keluarga?

Metode yang biasanya digunakan melalui sosmed dan juga *door to door* atau tatap muka secara langsung ke calon nasabah

3. Faktor apa saja yang berpengaruh dalam melakukan pemasaran?

Faktor yang mempengaruhi dalam pemasaran menurut saya kesadaran masyarakat dan edukasi terhadap masyarakat, ada juga fleksibilitas dan manfaat produk dengan nilai-nilai agama

4. Produk unggulan apa yang ada di PT Asuransi Takaful Keluarga?

Menurut saya produk yang kemarin banyak disampaikan bahwa produk unggulan yang berada di PT Asuransi Takaful Keluarga adalah produk Alkhairat dan Fullnadi

5. Strategi apa yang digunakan PT Asuransi Takaful Keluarga dalam memasarkan produknya? Dan apa faktor yang mempengaruhi pemilihan strategi pemasaran yang digunakan tersebut?

Strateginya dalam takaful saya kurang memahami, tapi menurut pengalaman saya strateginya dalam takaful memperkenalkan takaful lewat media sosial dan webinar. Dan untuk faktor nya saya kurang paham

6. Apakah PT Asuransi Takaful Keluarga menggunakan promosi dalam memasarkan produknya? Apa saja jenis-jenis promosi pemasaran yang diterapkan oleh PT Asuransi Takaful Keluarga?

PT takaful menggunakan promosi terhadap produknya melalui media sosial dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

acara seminar dan jenis promosinya yang saya tau yaitu menggunakan atau memanfaatkan teknologi sekarang

7. Media sosial apa yang paling berpengaruh dalam memasarkan produk?

Seperti instagram menurut saya berpengaruh dan PT takaful menggunakan Media sosial tersebut dalam memasarkan Produknya

8. Apa saja kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah? Dan bagaimana cara mengatasinya?

Kendalanya banyak apalagi Jaman sekarang masyarakat sudah memandang asuransi sebagai penipuan karna salah satu oknum yang berbuat jadi yang kena semua. Cara mengatasinya menjelaskan secara perlahan-lahan dan harus punya wawasan yang luas dan mendalam tentang asuransi supaya calon nasabah mengerti dengan baik

9. Bagaimana pembukaan dalam melakukan interaksi dengan konsumen? Dan bagaimana etika yang baik dalam berjualan yang harus dimiliki oleh para agen?

Kalau awal-awal ketemu calon nasabah yang biasa dilakukan yaitu menanyakan kabar, kemudian bertanya seputar hobi, lalu berbasa basi. Yang pasti *first impression* kita harus baik dan diterima oleh calon nasabah.

Etika nya harus berbicara yang sopan kemudian harus memhamai calon nasabah.

Kita dan harus sabar dan telaten dalam menjelaskan produk yg kita tawarkan

10. Apa saja yang menjadi kekuatan pada PT Asuransi Takaful Keluarga?

Kekuatan pada PT takaful ini asuransi yang berbasis syariah yang menganut nilai-nilai agama, dan pastinya takaful bukan jual beli tetapi saling membantu antar sesama

11. Apakah terdapat target dalam pemasaran produk? Dan berapa target yang harus dicapai?

Untuk target dalam pemasaran seperti pada umumnya pasti ada dan untuk beberapa target yang harus dicapai saya kurang tau

12. Kalau untuk agennya sendiri? Apakah memiliki target dalam pemasaran?

Kalo untuk agennya pasti ada. Di perusahaan biasanya ada target buat agen merekrut agen berapa dalam sebulan, dan biasanya target tercapai akan mendapatkan bonus.

13. Bagaimana asuransi jiwa syariah PT Asuransi Takaful Keluarga meningkatkan

jumlah nasabah?

Meningkatkan nasabah yang pasti pelayanan dan fasilitas harus ditingkatkan agar nasabah merasa nyaman dan percaya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Hasil Wawancara dengan Akademisi

Nama : Bakhrul Muchtasib
 Jabatan : Dosen
 Tanggal : 16 Juli 2023

Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan dengan penulis

1. Seberapa penting peran asuransi jiwa dalam kehidupan?

Penting

2. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan asuransi jiwa di Indonesia ini sudah tepat?

Sudah cukup baik

3. Apa yang membuat asuransi konvensional lebih diminati dibandingkan syariah, padahal masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam?

- a. Asuransi konvensional sudah beroperasi lebih awal. Lebih dulu dikenal oleh masyarakat Indonesia dan mengenal karakter pasar di Indonesia.
- b. Permodalan asuransi konvensional jauh lebih besar, sehingga mudah melakukan ekspansi pasar.
- c. Produk investasi asuransi konvensional lebih variatif dan lebih kompetitif, sehingga menarik minat investor.
- d. Layanan asuransi konvensional masih relatif lebih baik dibanding asuransi syariah.
- e. Dari sisi pemasaran, marketing asuransi konvensional masih lebih baik dibanding asuransi syariah.
- f. Pemahaman masyarakat tentang asuransi syariah masih minim.

4. Menurut bapak, dari sudut pandang sebagai seorang akademisi, apa saja keunggulan dan kelemahan dari asuransi jiwa syariah?

Keunggulan Normatif

- a. Sesuai dengan ajaran Islam (berdasar Al Qur'an dan Hadist)
- b. Terhindar dari praktek Ribawi, Maysir, Gharar, Tadlis yang dilarang dalam Islam

Keunggulan Ekonomi

- a. Kepemilikan dana. Premi yang dibayarkan oleh peserta asuransi tetap menjadi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

milik peserta asuransi. Tidak ada istilah dana hangus jika masa akhir periode perjanjian tidak terjadi risiko yang diperjanjikan.

b. Pembagian keuntungan. Jika ada keuntungan dari hasil investasi yang dilakukan oleh asuransi syariah akan dibagikan dengan peserta asuransi.

c. Surplus underwriting. Jika ada selisih lebih pada total kontribusi dana peserta dalam dana tabarru' akan dibagikan juga ke peserta asuransi.

5. Apakah ada aspek-aspek tertentu dalam asuransi jiwa yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki lagi di Indonesia?

a. Meningkatkan Trust (kepercayaan)

b. Meningkatkan layanan klaim

6. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh industri asuransi di Indonesia?

a. Pemahaman masyarakat tentang asuransi

b. Kepercayaan masyarakat

7. Bagaimana peluang yang ada agar minat asuransi jiwa masyarakat meningkat?

Membangun kepercayaan masyarakat, membuat produk yang menarik, premi yang kompetitif, memanfaatkan teknologi

8. Bagaimana bapak melihat masa depan industri asuransi di Indonesia dan bagaimana sebaiknya industri ini berkembang untuk menghadapi tantangan yang akan datang?

a. Industri asuransi akan terus mengalami peningkatan. Kedepan dapat menjadi salah satu cara berinvestasi yang menguntungkan dan sekaligus melakukan proteksi terhadap diri, keluarga, dan harta kekayaan.

b. Asuransi juga dapat dijadikan sebagai sarana melakukan perencanaan keuangan keluarga.

9. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu lembaga asuransi?

SDM, produk yang menarik, arketing, sistem layanan yang cepat dan akurat

8. Apakah ada saran atau rekomendasi yang dapat berikan kepada perusahaan asuransi jiwa untuk meningkatkan layanan atau produk mereka?

Membuat produk yang inovatif dan ekonomis. Misal:

a. produk satu polis satu keluarga.

b. Membuat sistem layanan berbasis teknologi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Hasil Wawancara dengan Nasabah Asuransi Syariah

Nama : Hapsari Nanda Pratama

Tanggal : 13 Juli 2023

Berikut hasil wawancara yang telah dilakukan dengan penulis

1. Seberapa penting peran asuransi dalam kehidupan?

Asuransi dalam kehidupan cukup penting karena mampu membantu kehidupan menjadi lebih baik lagi serta dapat pula mengatur keuangan

2. Bagaimana kondisi perusahaan asuransi sekarang?

Kondisi perusahaan cukup baik

3. Apakah strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan asuransi di Indonesia ini sudah tepat?

Masih belum menyeluruh. Masih terdapat masyarakat yang belum mengetahui tentang asuransi

4. Apa yang membuat asuransi konvensional lebih diminati dibandingkan syariah?

Kurangnya literatur tentang asuransi syariah sehingga masyarakat merasa kurang familiar dengan asuransi. Selain itu, kurangnya marketing dari asuransi syariah dan branding asuransi syariah yang juga belum sebesar asuransi konvensional

5. Apakah ada aspek-aspek tertentu dalam asuransi jiwa syariah yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki di Indonesia?

Diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan inovasi dan kreativitas yang sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, perlu ada peningkatan dalam upaya pemasaran

6. Apa tantangan utama yang dihadapi oleh industri asuransi jiwa syariah di Indonesia, baik dari segi regulasi maupun pasar?

Industry asuransi jiwa syariah dihadapkan pada beberapa tantangan, termasuk rendahnya tingkat literasi masyarakat mengenai asuransi syariah, persaingan yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

meningkat dengan munculnya pesaing baru, serta persepsi masyarakat yang masih menganggap asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional

7. Bagaimana peluang yang ada bagi perusahaan asuransi jiwa syariah?

Perkembangan teknologi informasi, produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, serta penduduk Indonesia yang mayoritas muslim

8. Bagaimana Anda melihat masa depan industri asuransi jiwa syariah di Indonesia?

Masa depan industri asuransi jiwa syariah cukup cerah, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, sehingga target pasar menjadi lebih besar.

9. Apa pertimbangan utama yang Anda miliki ketika memilih perusahaan asuransi jiwa syariah?

Karena menggunakan prinsip dan akad syariah serta karena adanya kepercayaan terhadap perusahaan yang dipilih

10. Apa yang Anda cari dalam suatu produk asuransi?

Manfaat dalam mengelola faktor finansial agar lebih teratur. Selain itu, untuk dana darurat di masa depan jika ada kejadian yang tak terduga

11. Bagaimana Anda memperoleh informasi tentang produk asuransi jiwa syariah? Apakah ada sumber informasi tertentu yang Anda andalkan?

Internet, sosial media

12. Apa yang membuat Anda merasa percaya dan yakin dengan perusahaan asuransi jiwa syariah tertentu?

Karena percaya, dan sudah sesuai dengan kriteria

13. Apakah ada saran atau rekomendasi yang dapat diberikan kepada perusahaan asuransi jiwa syariah untuk meningkatkan layanan atau produk mereka?

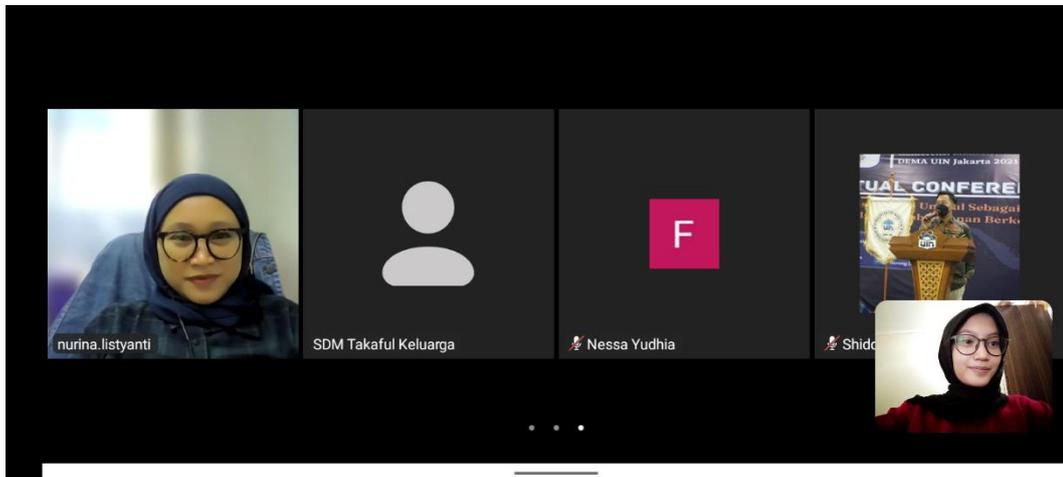
Saran yang diberikan adalah lebih meningkatkan kualitas layanan agar lebih inovatif dan kreatif dalam memasarkan produknya. Kemudian, marketing lebih digiatkan agar tidak tertinggal dari tren yang sedang berkembang saat ini.



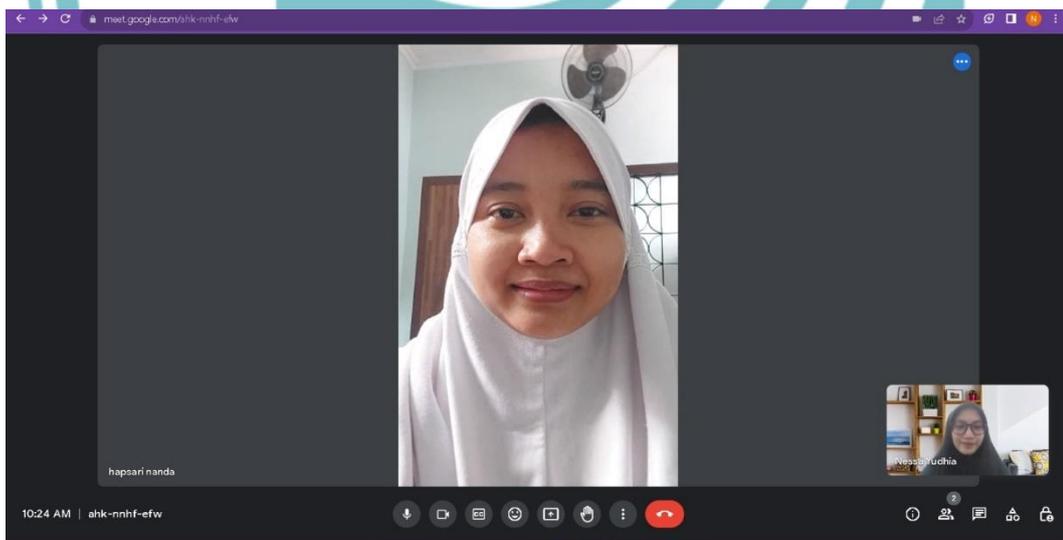
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



(Wawancara dengan marketing manager PT Asuransi Takaful Keluarga, Ibu Nurina Listyanti)



(Wawancara dengan nasabah asuransi syariah, Ibu Hapsari Nanda Pratama)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6. Sebaran Kuesioner

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

Salam sejahtera, semoga Bapak/Ibu Narasumber dalam keadaan sehat. Saya Nessa Yudhia, mahasiswa tingkat akhir Prodi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi, dengan judul :

"STRATEGI PEMASARAN ASURANSI DALAM MENUMBUHKAN MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK ASURANSI JIWA SYARIAH (STUDI KASUS PADA PT ASURANSI TAKAFUL KELUARGA)"

Saya memohon izin meminta kesediaan waktu kepada Bapak/Ibu Narasumber untuk mengisi kuesioner tertutup ini sebagai tahap lanjut dari wawancara terbuka sebelumnya terhadap beberapa pihak terkait. Saya mengharapkan Bapak/Ibu dapat memberikan jawaban pada kuesioner ini secara jujur dan apa adanya karena identitas dan informasi dari responden akan dirahasiakan oleh peneliti. Berikut link kuesioner yang bisa langsung diisi oleh Bapak/Ibu:

<https://forms.gle/G2kTHxURsaZPX8KQA>

Atas kesediaan waktu dan perhatian Bapak/Ibu, saya ucapkan terimakasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu dibalas dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh

Hormat saya,

Nessa Yudhia

nessa.yudhia.ak19@mhs.w.pnj.ac.id



Lampiran 7. Hasil Perhitungan Bobot

Faktor Strategis Internal	NO1	NO2	NO3	NO4	NO5	Total Nilai	Bobot
KEKUATAN (STRENGTHS)							
1. Memiliki citra yang baik dimata Masyarakat	3	4	3	4	4	18	0.09
2. Fasilitas yang memadai	3	4	3	4	4	18	0.09
3. Mutu dan produk asuransi yang sudah terjamin	4	4	4	3	4	19	0.10
4. Tingkat RBC yang sesuai dengan ketentuan OJK	4	4	4	3	4	19	0.10
5. Tidak membedakan, suku, ras, dan agama untuk calon nasabah	2	3	4	4	3	16	0.08
6. Terdapat pelatihan untuk karyawan	4	4	3	4	3	18	0.09
KELEMAHAN (WEAKNESSES)							
7. Kurangnya kesadaran & minat masyarakat pada asuransi syariah	4	4	3	3	3	17	0.09
8. Keraguan tenaga pemasar dalam memasarkan produknya	3	4	4	3	3	17	0.09
9. Faktor ekonomi masyarakat	4	4	2	3	3	16	0.08
10. Persepsi negatif masyarakat terhadap asuransi di Indonesia	4	4	3	3	4	18	0.09
11. Dalam hal pemasaran produk, alternatif distribusi relatif masih terbatas dibanding pola konvensional	3	4	3	3	3	16	0.08
TOTAL NILAI						192	1

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi Eksternal	NO1	NO2	NO3	NO4	NO5	Total Nilai	Bobot
PELUANG (OPPORTUNITIES)							
1. Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam	4	3	4	4	3	18	0.10
2. Pelopor asuransi jiwa syariah di Indonesia	4	3	4	3	3	17	0.10
3. Telah mendapat berbagai penghargaan	3	3	3	3	2	14	0.08
4. Produk yang kompetitif yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah	4	3	3	3	3	16	0.09
5. Berbagai macam promosi terhadap produk	3	3	4	3	2	15	0.09
6. Perkembangan teknologi informasi	4	3	4	2	2	15	0.09
ANCAMAN (THREATS)							
7. Rendahnya literasi Masyarakat	4	3	3	3	2	15	0.09
8. Munculnya kompetitor baru dengan konsep syariah maupun konvensional	3	3	3	4	2	15	0.09
9. Masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa konsep asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional	4	3	4	4	3	18	0.10
10. Muncul produk-produk baru yang sejenis yang ditawarkan	3	3	3	3	3	15	0.09
11. Kurangnya regenerasi tenaga pemasar yang lebih muda	3	3	4	4	3	17	0.10
TOTAL NILAI						175	1



Lampiran 8. Hasil Perhitungan Rating

Faktor Strategis Internal	NO1	NO2	NO3	NO4	NO5	Total Nilai	Rating
KEKUATAN (STRENGTHS)							
1. Memiliki citra yang baik dimata Masyarakat	3	4	3	4	4	18	3.5
2. Fasilitas yang memadai	3	4	3	4	4	18	3.5
3. Mutu dan produk asuransi yang sudah terjamin	4	4	4	3	4	19	3.75
4. Tingkat RBC yang sesuai dengan ketentuan OJK	4	4	4	3	4	19	3.75
5. Tidak membedakan, suku, ras, dan agama untuk calon nasabah	2	3	4	4	3	16	3.25
6. Terdapat pelatihan untuk karyawan	4	4	3	4	3	18	3.75
KELEMAHAN (WEAKNESSES)							
7. Kurangnya kesadaran & minat masyarakat pada asuransi syariah	4	4	3	3	3	17	3.5
8. Keraguan tenaga pemasar dalam memasarkan produknya	3	4	4	3	3	17	3.5
9. Faktor ekonomi masyarakat	4	4	2	3	3	16	3.25
10. Persepsi negatif masyarakat terhadap asuransi di Indonesia	4	4	3	3	4	18	3.5
11. Dalam hal pemasaran produk, alternatif distribusi relatif masih terbatas dibanding pola konvensional	3	4	3	3	3	16	3.25
TOTAL NILAI						192	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Faktor Strategi Eksternal	NO1	NO2	NO3	NO4	NO5	Total Nilai	Rating
PELUANG (OPPORTUNITIES)							
1. Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam	4	3	4	4	3	18	3.75
2. Pelopor asuransi jiwa syariah di Indonesia	4	3	4	3	3	17	3.5
3. Telah mendapat berbagai penghargaan	3	3	3	3	2	14	3
4. Produk yang kompetitif yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah	4	3	3	3	3	16	3.25
5. Berbagai macam promosi terhadap produk	3	3	4	3	2	15	3.25
6. Perkembangan teknologi informasi	4	3	4	2	2	15	3.25
ANCAMAN (THREATS)							
7. Rendahnya literasi Masyarakat	4	3	3	3	2	15	3.25
8. Munculnya kompetitor baru dengan konsep syariah maupun konvensional	3	3	3	4	2	15	3.25
9. Masih banyak masyarakat yang menganggap bahwa konsep asuransi syariah sama dengan asuransi konvensional	4	3	4	4	3	18	3.75
10. Muncul produk-produk baru yang sejenis yang ditawarkan	3	3	3	3	3	15	3
11. Kurangnya regenerasi tenaga pemasar yang lebih muda	3	3	4	4	3	17	3.5
TOTAL NILAI						175	