

## DAFTAR PUSAKA

- Adit “Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Unit Link Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta” diwawancarai oleh Rizaldi Rachman, Kantor Prudential Cilegon
- Ali, A.Hasyim, *Bidang Usaha Asuransi*, cet 1, (Jakarta: Bumi Askara,1993)
- Ali, AM. Hasan, *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana, t..t)
- Ali, Zainudin, *Hukum Asuransi Syariah* (Jakarta; Sinar Grafika, 2008)
- Assauri, Sofjan, *Manajmen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2019)
- Awaliah, Dita Safitri, “Peranan Dan Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah PT Asuransi Jiwa Syariah Bersama Bumiputera,” 2019.
- Faysal, Abung & Henny Medyawati, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa pada Bumiputera Syariah cabang Depok“. *Jurnal Asuransi dan Manajemen Risiko*, Volume 1. Nomor 2, September 2013.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT Karya Kita, 2007)
- Husni, M. Mubarak, *Pengantar Bisnis*, STAIN, Kudus, 2009
- Hurriyat, Ratih, *Buaran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: CV. Alfabeta, 2008)
- J. Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontenporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Prenada Media Group, Jakarta, 2010
- Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, PT. Mizan Pustaka, Bandung, 2006
- Khadijah, Siti, *Smart Strateg Of Marketing*, Alfabet, Bandung, 2004

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Ahli Bahasa Hendra Teguh, PT. Prenhalindo, Jakarta, 2003
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, PT. INDEKS, Jakarta, 2000
- Kotler, Philp, Gary Amstrong, *Principles of Marketing 8edition*, Prinsip0Prinsip Pemasaran Jilid I Ed.,8 (Jakarta: Erlangga,2001)
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajmen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013)
- Makmur, dan Suprijal, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)” Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pangaraian, Volume 21-22.
- Mubarok, M. Husni, *Pengantar Bisnis*, STAIN, Kudus, 2009
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2008)
- Mulyadi, Dedi, dkk, ”*Analisis Strategi Pemasaran jasa Lembaga Non Bank pada PT Oto Multiartha Karawang*” jurnal Manajemen, Vol. 09 No. 2 Januari 2012
- Munandar, Dadang, *Analisis Penentuan Segmen, Target, Dan Posisi Pasar Home Care Di Rumah Sakit Al-Islam Bandun*, Vol.6, No.2.
- Muttaqien, Dadan, *Aspek Legal Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Safria Insania pers, 2008)
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012),
- Prodjodikoro, Djoko, *Hukum Asuransi di Indonesia*, cet 8, (Jakarta : Intermedia, 1987)
- PT. Prudential Life Assurance, *Modul PRUfast start* (Jakarta, PT. Prudential Life Assurancem 2017)
- Putranti, Oktovina Yesi, “Strategi Pemasaran Agen Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Untuk Produk Prulink Syariah Pada PT Prudential,” 2015

Salim, H.Abbas, *Asuransi dan Manajemen Resiko*, ed. 2, cet 6, (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2000)

Satria, Budi, Amsal Amri, ”Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Unit Link PT. Asuransi Jiwa Manulife Untuk Menarik Minat Calon Nasabah Di Kota Sabang,” (Jurnal Ilmiah Mahasiswa(JIM))vol3, No 2. (2018).

Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen: perspektif kontemporer pada motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Prenada Media Group, Jakarta, 2010

Setiawan, Ikrar Putra, Alfatih S.Manggabarani, Jamaludin Bata Ilyas, “Analisis Strategi Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Berbasis Syariah Pada Industri Jasa Asuransi Di Kota Makasar,” (Jurnal Of Management)vol 1 No.3 (2018)

Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi 1 (Cet, 1 ; Jakarta: Kencana, 2009)

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : ALFABETA, 2008)

Suhendi, Hendi dan Deni K. Yusuf, *Asuransi Takaful dari Teoritis ke Praktik*, (Bandung: Mimbar Pustaka, 2005)

Suma, M. Amin, “*Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional (Teori, Sistem,Aplikasi dan Pemasaran)*”, (Jakarta : Kholam Publishing, 2006)

Surachmad, Winarno, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: tarsito, 1985)

Wgoodwin, Dennis, *Life and Insurance Marketing*. LOMA (Life Office Manajement Association, Inc, 1994)

<http://asuransijiwaku.org/unit-link-asuransi-dengan-manfaat-lebih/> diakses pada tanggal 9 juni 2022.

[http://www.prudential.co.id/crop/prudential\\_in\\_id/header/aboutus/missionandcredo/index.html](http://www.prudential.co.id/crop/prudential_in_id/header/aboutus/missionandcredo/index.html) Diakses pada tanggal 6 juli 2022 Pukul 12:30 WIB

[http://www.prudential.co.id/crop/prudential\\_in\\_id/header/index.html](http://www.prudential.co.id/crop/prudential_in_id/header/index.html) diakses pada senin, 6 September 2021

[http://www.prudential.co.id/crop/prudentialinid/header/aboutus/missionandcr  
edo/index.html](http://www.prudential.co.id/crop/prudentialinid/header/aboutus/missionandcr<br/>edo/index.html) Diakses pada tanggal 6 juli 2022 Pukul 12:30 WIB

[http://www.prudential.co.id/crop/prudentialinid/header/aboutus/missionandcr  
edo/index.html](http://www.prudential.co.id/crop/prudentialinid/header/aboutus/missionandcr<br/>edo/index.html) Diakses pada tanggal 6 juli 2022 Pukul 12:30 WIB

<http://www.prulife.asia/2014/04/visi-dan-misi-prudential.html>, diakses pada  
tanggal 5 juli 2022 Pukul 20:00 WIB

<https://www.prudential.co.id/id/life> Diakses pada tanggal 11/07/2022 Pukul  
12:00

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## PANDUAN WAWANCARA

1. Strategi apa yang di terapkan di perusahaan dalam memasarkan produk Asuransi jiwa unit link?
  - Strategi yang di terapkan oleh perusahaan meliputi strategi produk, strategi harga, strategi lokasi atau tempat, strategi promosi, strategi sumber daya manusia, dan strategi pelayanan.
  - Kampanye upgrade manfaat tambahan kesehatan ‘dibayar sesuai tagihan’ untuk nasabah tanpa medical check up / pasti disetujui
  - Insentif tambahan untuk tenaga pemasar yang berhasil melakukan kampanye kepada nasabahnya
2. Apa tujuan utama dari produk asuransi jiwa unit link?
  - Proteksinya, sehat sekarang aman sampai nanti dan Investasinya makin lama makin jadi
3. Produk-produk asuransi jiwa apa saja yang di tawarkan di PT. Prudential cabang Cilegon ini?
  - PRUSyariah Generasi Baru (Unit Link)
  - PRUCinta (Tradisional – Jiwa)
  - PRUSolusi Sehat Syariah PRO (Tradisional – Kesehatan)
  - PRUSolusi Kondisi Kritis Syariah (Tradisional – Kondisi Kritis\_
4. Langkah-langkah apa saja yang harus diterapkan dalam meningkatkan jumlah peserta?

- Promosi media sosial
  - Membuat kontes bonus untuk para tenaga pemasar
5. Apakah ada kesulitan atau kendala dalam memasarkan produk asuransi jiwa unit link?
- Edukasi mengenai investasi, kadang calon nasabah skeptis mengenai investasi. Apalagi saat pandemi sekarang ini, dimana investasi turun tajam. Hal ini menjadi kendala oleh tenaga pemasar dalam memasarkan produk unit link
6. Apakah ada peningkatan atau penurunan yang terjadi dari keseluruhan peserta asuransi jiwa? Terutama peserta asuransi jiwa unit link?
- Saat ini Prudential sedang banyak memasarkan produk tradisional, ada 5 produk tradisional yang lahir akibat pandemi. Prudential melahirkan produk asuransi tradisional untuk mengurangi dampak investasi yang sedang turun dan produk asuransi yang terjangkau.
7. Bagaimana cara tenaga pemasar dalam memasarkan produk unit link agar konsumen tertarik untuk mengikuti asuransi di PT. Prudential Life Assurance Cabang Cilegon?
- Edukasi merupakan cara yang baik untuk memasarkan produk, atau paling tidak membuka pintu tenaga pemasar untuk menjual produk.
  - Kami memanfaatkan yang ada seperti status wa, reels, Instagram, atau sekarang ada tiktok karena kami tenaga pemasar lebih cenderung

individu-individu yang itu mereka semua lakukan dan pasti yang penting tidak misselling.

8. Produk asuransi jiwa apa yang paling diminati atau diunggulkan? Kenapa

- Produk unggulan dari prudential tetap unit link (PRUSyariah Generasi Baru), tetapi saat ini produk asuransi tradisional jiwa (PRUCinta), kesehatan (PRUSolusi Sehat Syariah Pro) dan Kondisi kritis (PRUSolusi Kondisi Kritis Syariah) menjadi produk favorit

9. Bagaimana asuransi jiwa syariah dalam menghadapi persaingan harga?

- Setiap perusahaanpun punya standar kebijakan masing-masing, punya harga masing-masing. Jadi, dengan begitu cara bersaing kami adalah dengan memberikan pelayanan lebih, memberikan janji yang pasti, menawarkan sesuai kebutuhan nasabah, dan produk-produk kami pun perihal harga sesuai dengan apa yang akan di dapat dan dibutuhkan oleh nasabah.

10. Apa yang akan dilakukan PT. Prudential Life Assurance cabang Cilegon Ketika volume penjualan menurun?

- Mungkin waktu sebelum covid kita melakukan geeting untuk mengundang calon nasabah atau peserta sebulan sekali kalau lagi menurun sebulan bisa berkali-kali, kalau pemasaran melalui brosur misal biasanya seminggu sebar brosur dua kali kalau menurun di kalikan menjadi dua kali lipat.

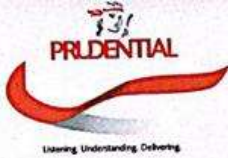


11. Siapa sajakah yang menjadi cakupan pasar dalam memasarkan produk asuransi jiwa syariah?

- Kami tidak dibatasi tempat jadi walaupun perusahaan kantor pemasarannya di cilegon, kami juga boleh memasarkannya di Jakarta dikarenakan di cilegon kota yang tidak begitu besar seperti Jakarta dan masyarakatnya pun tidak sebanyak Jakarta, bahkan seluruh Indonesia dapat kita pasarkan.

12. Faktor-faktor yang menjadi hambatan internal dan eksternal yang terdapat di PT. Prudential?

- Internal : Prudential terus mengembangkan aplikasi untuk tenaga pemasar dalam penjualan, pelatihan dan informasi nasabah, sehingga diperlukan pembaharuan setiap saat. Kadang pembaharuan ini menjadi hambatan untuk para tenaga pemasar, karena akses aplikasi menjadi lambat.
- External : Perusahaan competitor sudah mulai mengikuti strategi Prudential, yaitu membuat produk tradisional serupa. Walaupun sebenarnya hambatan ini tidak terlalu berpengaruh untuk perusahaan.



## SURAT KETERANGAN

No. : 001/CPA-CL1/SK/XI/2022  
Lampiran : -  
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Kepada Yth,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten  
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,  
Sehubungan dengan surat permohonan data penelitian sebelumnya, menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini :

Nama : Rizal Rachman  
NIM : 181430010  
Jurusan : Asuransi Syariah  
Tahun Akademik : 2021/2022

Telah melaksanakan Wawancara dan Penelitian pada perusahaan kami tanggal 03 September 2022 sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

**"Strategi Pemasaran Produk Unit Link Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta (Studi di Prudential Life Assurance Cabang Cilegon)."**

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Walaikumsalam Wr. Wb.

Cilegon, 20 September 2022  
Hormat Kami,

Aditya Juniarto  
General Affair Specialist  
PT Cipta Profitama Abadi  
KPM Prudential Cilegon

**PRUeternity**  
PT. Cipta Profitama Abadi  
Kantor Pemasaran Mandiri Prudential Cilegon  
Cilegon City Square Blok D No. 2-3  
Ph. 0254 - 399811

## 8 Bukti Cinta PRUCinta



## Paket PRUCinta

	CINTA SEJATI	CINTA ABADI
Santunan Meninggal Dunia Dasar (UP Dasar)	1.500.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)	3.000.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)
Santunan Meninggal Dunia Kecelakaan (Total 300% Santunan Meninggal Dunia Dasar)	4.500.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)	9.000.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)
Santunan Meninggal Dunia Kecelakaan Mudik Lbaran (Total 400% Santunan Meninggal Dunia Dasar)	6.000.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)	10.000.000.000 (SEBELUM 10 TAHUN)
Manfaat Jatuh Tempo (Real Polya Berakfil)	120.120.000 (NILAI TUNAI BERJUKI POLYA)	210.210.000 (NILAI TUNAI BERJUKI POLYA)
<b>KONTRIBUSI TAHUNAN (10 LAMA 10 TAHUN)</b>	<b>12.012.000</b>	<b>21.021.000</b>

**HEMAT 3jt**

Cinta sejati bukan hanya dalam ucapan tapi juga perbuatan. Berikan bukti cinta anda untuk orang orang tercinta hanya dengan Pru Cinta.

HUBUNGI Konsultan Prudential berikut ini :



**BUKTI CINTA ANDA KEPADA KELUARGA YANG ANDA SAYANGI**

**Cukup membayar 10 tahun  
perlindungan selama 20 tahun**

**PENGEMBALIAAN KONTRIBUSI SEBESAR 100% DI TAHUN KE 20**

USIA	KONTRIBUSI PERBULAN	KONTRIBUSI PERTAHUN	KONTRIBUSI 10 TAHUN	SANTUNAN MENINGGAL	SANTUNAN MENINGGAL KARENA KECELAKAAN	SANTUNAN MENINGGAL KECELAKAAN SAAT RAMADHAN	MANFAAT JATUH TEMP
25	632.000	8.952.000	89.320.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	69.320.000
	356.000	3.916.000	39.160.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	39.160.000
30	728.000	8.908.000	89.080.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	89.080.000
	410.000	4.510.000	45.100.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	45.100.000
35	936.000	10.296.000	102.960.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	102.960.000
	527.000	5.797.000	57.970.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	57.970.000
40	1.312.000	14.432.000	144.320.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	144.320.000
	738.000	8.118.000	81.180.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	81.180.000
45	1.920.000	21.120.000	211.200.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	211.200.000
	1.080.000	11.880.000	118.800.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	118.800.000
50	2.816.000	30.936.000	309.360.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	309.360.000
	1.584.000	17.424.000	174.240.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	174.240.000
55	3.976.000	43.736.000	437.360.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	437.360.000
	2.237.000	24.607.000	246.070.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	246.070.000
60	5.192.000	57.112.000	571.120.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	571.120.000
	2.921.000	32.131.000	321.310.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	321.310.000

Informasi lebih lanjut hubungi : KONSULTAN PRUDENTIAL SYARIAH dibawah ini:

\_\_\_\_\_



#JalaninBareng

#JalaninBareng



PLATONAR MASYARAKAT (LOBBY) SERVICE  
**BUKA**  
"SABTU 08.00-17.00 WIB"  
"MUSKAMBI 10.00-12.00 WIB"  
**ISTIRAHAT**  
"13.15-15.00-15.30 WIB"  
"SABTU BUKA BUKER-SABTU BUKER"  
"MUSKAMBI 10.00-12.00 WIB"  
"SABTU 08.00-17.00 WIB"

