

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Strategi pemasaran adalah pola pikir yang digunakan untuk mengembangkan bisnis atau perusahaan Metode yang digunakan adalah uruk menyatukan elemen- elemen pemasaran yang berbeda seperti segmentasi pasar, saluran pemasaran, posisi, tujuan Strategis pemasaran juga menjadi solusi sebagai alat untuk dapat menarik calon konsumen agar calon konsumen tersebut berminat menggunakan produk yang ditawarkan.<sup>1</sup>

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan.) serta penentuan harga dan cara penyalurannya Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (product mix), merek dagang (brand), cara pembungkusan/kemasan produk (product packing). tingkat mutu atau kualitas dan produk dan pelayanan (service) yang diberikan.

---

<sup>1</sup> Nurfadilah, 'Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Qurban Di PT BPRS Berkah Dana Fadhillah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2019), p. 151

Produk asuransi berbentuk janji atau kontrak ganti rugi kepada tertanggung kontrak tersebut dituangkan dalam pernyataan persetujuan yang biasa dikenal sebagai polis. Berdasarkan akad syariat Islam, metode pemasaran berbeda dengan metode pemasaran produk berwujud karena produk asuransi adalah produk tidak berwujud. Sifat dan karakteristik produk yang berbeda berkontribusi dan menentukan daya tarik penjualan, prosedur, metode penetapan harga, dan teknik yang digunakan untuk mendistribusikan produk.

Asuransi Takaful Keluarga cabang Serang yang beralamat di jalan Raya Serang Cilegon 4 KM Dragon Serang, Kantor cabang asuransi takaful keluarga ada beberapa tempat yang beroperasi salah satunya di serang, adapun kantor pusat PT Asuransi Takaful Keluarga berlokasi di Graha Takaful Indonesia yang beralamat di Jalan Mampang Prapatan Rayaa No.100 Jakarta 12790 Indonesia.

Kelahiran Asuransi Takaful Keluarga berasal dari sebuah kepedulian yang tulus, beberapa pihak bersepakat untuk membangun perekonomian syariah di Indonesia. Atas prakarsa Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) melalui Strategi pemasaran adalah pola pikir yang digunakan untuk mengembangkan bisnis atau perusahaan. Metode yang digunakan adalah untuk menyatukan elemen- elemen pemasaran yang berbeda seperti segmentasi pasar, bauran pemasaran posisi, tujuan

Strategis pemasaran juga menjadi solusi sebagai alat untuk dapat menank calonkonsumen agar calon konsumen tersebut berminat menggunakan produk yang ditawarkan.

Strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan/bauran produk (product mix), merek dagang (brand), cara pembungkusan/kemasan produk (product packing). tingkat mutu atau kualitas dari produk dan pelayanan (service) yang diberikan.

Produk asuransi berbentuk janji atau kontrak ganti rugi kepada tertanggung, kontrak tersebut dituangkan dalam pernyataan persetujuan yang biasa dikenal sebagai polis Berdasarkan akad syariat Islam, metode pemasaran berbeda dengan metode pemasaran produk berwujud karena produk asuransi adalah produk tidak berwind Sitat dan karakteristik produk yang berbeda berkontribusi dan menentukan daya tank penjualan, prosedur, metode penetapan harga dan teknik yang digunakan untuk mendistribusikan produk.

Berdasarkan penjelasan di atas. Asuransi Takaful Keluarga Serang telah menempah perjalanan jauh, schingira penulis ingin mengkap strategi

pemasaran yang diterapkan Asuransi Takaful Keluarga Serang dengan menelaah produk asuransi syariahnya. Dengan penelitian yang berjudul STRATEGI PEMASARAN PRODUK ASURANSI SYARIAH PT TAKAFUL KELUARGA CABANG SERANG"

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah di PT Takaful Keluarga"

## **C. Rumusan Masalah**

Dalam memudahkan penelitian ini, peneliti merumuskan penelitian masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga?
2. Bagaimana Hambatan strategi dalam pemasaran produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk yang diterapkan oleh PT. Takaful Keluarga dalam produk asuransi syariah.

2. Untuk mengetahui hambatan strategi pemasaran produk asuransi syariah di PT. Takaful Keluarga.

## **E. Signifikansi Penelitian**

### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan skripsi dan mengetahui pengetahuan tentang strategi pemasaran produk asuransi syariah baik secara Teori maupun secara praktik Sehingga penelitian ini dapat memberikan rangkuman dari kegiatan menggabungkan kajian teori dengan pengalaman yang berlaku.

### **2. Bagi Pembaca**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan bahan evaluasi untuk meningkatkan fungsi (asuransi) dan berkontribusi dalam mengatasi kendala yang dihadapi lembaga (asuransi).

### **3. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan lebih lanjut Khususnya pada strategi dan pemasaran dana tersebut dapat dijadikan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya.

## **F. Signifikansi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh M. Ulul Azmi Irawan salah satu mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Kendaraan Bermotor Syariah Setelah Diterbitkan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 21 SEOJK.05/2015 di PT. Asuransi Tripakarta Unit Syariah". Penelitian ini menyimpulkan bahwa pada awalnya strategi pemasaran di PT. Asuransi Unit Tripakarta Syariah menggunakan batas sebagai strategi utama Kedua, kendala yang dihadapi adalah adanya perangan dengan kompetitor yang semakin ketat Ketiga, perubahan jumlah pos dan peserta setelah SEOK tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Keempat, perusahaan dapat mengembangkan strategi yang lebih baik dengan melihat analisis SWOT dan matriks SWOT.<sup>2</sup>

Penelitian Ernawati salah satu mahasiswa Sekolah Tinggi Ekonomi Islam (STIE) AF-Furqon Prabumulih yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Asuransi Syariah di PT Prudential Life Assurance Cabang Kota Yogyakarta menunjukkan hasil penelitian bahwa PT Prudential Life melakukan pengelompokan pasar berdasarkan wilayah sebagai salah satu strategi pemasarannya. Hal ini bertujuan agar dapat memudahkan Prudential untuk bertemu dan menyapu kembali nasabali.

---

<sup>2</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kanvas Bisnis Jakarta* PT Gramedia. Pustaka Utama 2006), p. 19

PT Prudential Life Cabang Yogyakarta tentunya memiliki banyak program ataupun produk sehingga hal ini menjadi daya tarik bagi perusahaan sebagai penawaran kepada nasabah.<sup>3</sup>

Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Ibrohim Supriadi salah satu mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah yang meneliti tentang Metode: Pemasaran Produk Asuransi Jiwa Syariah untuk Masyarakat Menengah Studi Kasus pada PT Takaful Keluarga RO. Spirit Bintaro Keluarga Takaful Tangerang Selatan khususnya produk takaful individu, diusung keluar dengan sistem keagenan yang didukung oleh penggunaan lima metode pemasaran yakni: pertama dengan melalui prospek langsung dengan menggunakan sistem rekrutmen kedua prospek dilakukan dengan rujukan. ketiga melakukan prospek dengan pengenalan agensi, keempat prospek dilakukan melalui meja terbuka, dan kelima prospek dilakukan melalui sosial media dan media cetak.<sup>4</sup>

## **G. Kerangka Pemikiran**

Untuk melanjutkan strategi yang dipilih, perusahaan melakukan taktik pemasaran Diferensiasi serta pembaharuan pemasaran dan penjualan merupakan taktik utama yang mendukung dalam strategi

---

<sup>3</sup> Nopriansyah dan Waldi, Asuransi Syariah Berkah Terakhir Yang Tak Terdugar (Yogyakarta Andi Offset, 2015), p. 45

<sup>4</sup> Kamanto Sunarto, Pengantar Sosiolog (Jakarta Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), p. 110

pangsa pasar. Strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan pemasaran seperti pada penetapan harga, pengemasan, branding penentuan saluran distribusi, pemasaran iklan, dan lain-lain.

Penggunaan strategi yang tepat tentunya akan memberikan hasil yang optimal bagi keberlangsungan usaha pada suatu perusahaan. Sedangkan manfaat lainnya dalam penggunaan strategi ini adalah mampu menguasai persaingan. Persaingan berarti suatu kegiatan antar perusahaan atau pihak satu dengan pihak lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan pangsa pasar (market share) untuk menawarkan barang dan jasa kepada konsumen dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang diterapkan.

Pemasaran asuransi dalam fiqih islam disebut juga sebagai wakalah atau representasi. Wakalah atau wikalah berarti penyerahan, pendelegasian atau amanat. Wakalah juga dapat didefinisikan sebagai presentasi kepada satu orang (pihak pertama perwakilan) tentang apa yang dapat dia lakukan sendiri dan dapat didelegasikan kepada orang lain (pihak kedua) untuk melakukannya sementara dia (pihak pertama) masih hidup.

Kerangka pemikiran adalah kerangka konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor



yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Nazir, metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk mempelajari keadaan sekelompok manusia, objek, seperangkat kondisi, sistem pemikiran, atau peristiwa pada masa kini.<sup>5</sup> Sedangkan penelitian deskriptif, menurut Suharsini Arikunto, tidak bermaksud untuk membuktikan suatu hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa gejala atau keadaannya.<sup>6</sup>

Penelitian deskriptif berfokus pada solusi yang ada pada masa sekarang. Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode deskriptif karena penulis akan meneliti sistem strategi asuransi Syariah di PT. Takaful Keluarga. Bentuk penelitian ini adalah dengan

<sup>5</sup> Lax 1 Maleong, Metode Penelitian Kualitatif (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2006), p.77

<sup>6</sup> Suharsim Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Jakarta Rineka Cipta 2010), p. 206

menginterpretasikan data yang ada.<sup>7</sup> Hal ini mengharuskan peneliti untuk berpartisipasi dalam pengumpulan data penelitian.

## **2. Sumber Data**

### **a. Sumber Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diproses secara langsung pada objeknya oleh suatu organisasi atau individu.<sup>8</sup> Sumber data utama yang digunakan adalah melalui hasil wawancara kepada manajer asuransi syariah dan manajer PT Takaful Keluarga.

### **b. Sumber Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diterima dalam bentuk out-of-the box yang dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini sumber data sekunder berasal dari dokumen yang didapatkan melalui website resmi, majalah dan profil asuransi syariah PT Takaful Keluarga.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Salah satu langkah penting dalam penelitian yakni tahap pengumpulan data. Tahap pengumpulan data merupakan langkah

---

<sup>7</sup> Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jogjakarta: Ar Ruzz Media, 2012), p. 186

<sup>8</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif* (Jakarta: Rajawah

Press, 2008), p 101

<sup>9</sup> Muhammad, p 102

penting yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam kegiatan penelitian. Adapun pengumpulan data yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

**a. Wawancara (Interview)**

Wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan secara lisan dengan bentuk tanya jawab antar pewawancara dan responden. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dari responden terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti.<sup>10</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara di PT Takaful Keluarga dengan narasumber yakni manajer PT. Takaful Keluarga.

**b. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang berupa catatan secara tertulis tercetak, atau dipindai dengan optik.<sup>11</sup>

**4. Teknik Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode yang akan menaruh interpretasi terhadap hasil analisis. Analisis data ini dilakukan menggunakan tujuan untuk menyederhanakan data yang

---

<sup>10</sup> Sugyono, Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi) (Bandung CV Alfabeta, 2018), p. 332

<sup>11</sup> Asep Kumiawan, Metodologi Penelitian Pendidikan (Bandung Rosdakarya, 2018), p. 20

diolah agar dapat dibaca atau diinterpretasikan. Data yang terkumpul dikelompokkan dan dikategorikan dan diklasifikasikan sedemikian rupa sehingga data tersebut memiliki makna dalam menjawab masalah. Metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini merupakan analisis deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif penyajian data yang kemudian dianalisis untuk memberikan penjelasan sehingga dapat dibaca dan diinterpretasikan sehingga dapat menggambarkan, menjelaskan dan menggambarkan keadaan yang sebenarnya.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Sistem penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki fokus yang berbeda, namun digabungkan menjadi satu kesatuan yang saling mendukung dan melengkapi. Struktur sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan skripsi

**BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan pentingnya strategi pemasaran dan konsep umum asuransi

**BAB III: GAMBARAN UMUM PT. TAKAFUL KELUARGA**

Bab ini, dijelaskan gambaran umum objek penelitian yaitu Asuransi Syariah PT Takaful Keluarga. Ini mencakup sejarah singkat perusahaan visi dan misi perusahaan, struktur organisasi dan produk Asuransi Syariah PT. Takaful Keluarga

**BAB IV: PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang strategi pemasaran Asuransi Syariah PT. Takaful Keluarga yang merupakan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini (Analisis).

**BAB V: PENUTUP**

Bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian