**BAB IV**

**PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN**

1. **Penerapan Strategi Pemasaran Produk Sehatkoe pada, PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang**.

Dari hasil penelitian dan wawancara yang penulis dapatkan, mengenai Penerapan Strategi Pemasaran Produk Sehatkoe pada perusahaan PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang. Secara umum staregi dapat kita artikan sebagai alternatif pilihan yang dapat dilakukan oleh suatu organisasi dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi dinasmis dari lingkungan sekitar serta berwawasan jangka panjang.

Dalam perusahaan asuransi, pada umumnya seorang agen mempunyai tugas yaitu menawarkan dan menjual produk secara langsung kepada calon nasabah dan memberi informasi selengkaplengkapnya.

Agen asuransi dapat disebut sebagai ujung tombak pemasaran asuransi, dalam memutuskan penjualan asuransi kepada calon nasabah atau pelanggan mereka mewakili perusahaan asuransi, maka agen yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan bisnis asuransi. Untuk meningkatkan strategi pemasar salah satunya harus dilakukan sebagai seorang agen asuransi untuk meyakinkan konsumen yaitu;

1. Jujur saat menawarkan produk

Jujur merupakan salah satu kunci utama untuk menuju kesuksesan sikap jujur ini harus dimiliki oleh setiap orang, tidak terkecuali para agen asuransi. Agen asuransi sangat penting untuk memiliki sifat satu ini agar bisa menarik dan meyakinkan konsumen. Jika agen asuransi tidak bersikap jujur pada konsumen, secara tidak langsung agen telah merusak nama baik perusahaan asuransi.

1. Berpakaian rapi saat bertemua nasabah

Untuk meyakinkan calon nasabah, penampilan dari segi luar harus diperhatikan dengan baik, dikarenakan orang lain akan melihat dari penampilan agen saat pertama kali bertemu. Dengan menggunakan baju yang rapi, bisa saja membuat calon nasabah merasa yakin dengan profesi yang sedang jalani.

1. Menguasai produk dengan baik

Sebagai agen asuransi harus memiliki modal untuk bisa berbicara dengan baik pada calon pembeli. Untuk itu, sebagai seorang agen asuransi yang harus dilakukan adalah harus bisa menguasai produk asuransi dengan baik. Agen harus mengetahui dengan jelas mengenai segala manfaat dan juga keuntungan yang akan didapatkan dari produk asuransi yang ditawarkan.

Pastikan agen memiliki pengetahuan dan keyakinan yang baik mengenai berbagai macam produk asuransi yang akan dipasarkan nantinya. Dengan demikian agen akan lebih mudah menjelaskan pada calon nasabah untuk membuat agen agar bisa menguasai produk dengan baik, sebaiknya belajar pada agen lain yang khususnya sudah berpengalaman.

Seorang leader atau atasan wajib mengarahkan dan menumbuhkan sikap dan poin-poin di atas, karna seorang leader betanggung jawab atas kinerja para agen mereka, supaya dapat bekerja dengan baik dan dapat memenuhi target dan goal dari perusahaan dengan baik, sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain bahkan menjadi yang terbaik dari perusahaan asuransi lain.[[1]](#footnote-1)

Pasar sangat penting bagi setiap perusahaan yang menjual produk berupa barang atapun jasa terutama jasa akan proteksi jiwa seseorang yakni Asuransi Syariah yang target utamanya tentu adalah jiwa seseorang, akan tetapi kesadaran masyarakat di indonesia, khususnya di kota serang masih sangat rendah akan pentingya memiliki Asuransi untuk mempersiapkan kemungkinan yang mungkin terjadi.

Peningkatkan kinerja karyawan suatu perusahaan perlu mengadakan adanya suatu kegiatan yang mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin terampil dan mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik, dan sesuai dengan standar. Sehingga secara otomatis akan berpengaruh terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan, kegiatan inilah yang disebut dengan pelatihan kerja. Pelatihan merupakan kegiatan yang cukup penting dilakukan, karena sebagai media untuk memahami secara benar tentang melakukan pekerjaan sesuai intruksi perusahaan serta mampu memperbaiki produktivitas kerja karyawan dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Selain itu dengan adanya pelatihan mempunyai kegunaan pada karier jangka panjang karyawan untuk membantu mengahadapi tanggung jawab yang lebih besar diwaktu yang akan datang. Pelatihan tidak hanya bermanfaat pada individu karyawan tetapi juga pada organisasi. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan harus disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan perusahaan yang sebelumnya telah berhasil diidentifikasi, selain itu juga harus dianalisa untuk mewujudkan tujuan organisasi dan juga mewujudkan tujuan dari para pekerja secara individu, hal ini dimaksudkan agar pelaksanaan pelatihan ini lebih efektif.

Adanya pelatihan dapat memperbaiki kinerja karyawan yang sebelumnyabekerja secara tidak memuaskan, dikarenakan kurangnya pengetahuan, pengalaman terbatas, dan kurangnya kepercayaan diri dari karyawan. Apabila kinerja karyawan sudah diperbaiki, secara bertahap kualitas kinerja dan produktivitas kerja yang dihasilkan juga akan meningkat, kebutuhan-kebutuhan perusahaan yang telah diidentifikasi juga akan terpenuhi yang nantinya akan menciptakan sikap loyalitas dan kerja sama yang lebih menguntungkan antara dua pihak yaitu perusahaan dan karyawan. Pelatihan yang telah diberikan kepada karyawan juga dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih baik.

1. **Kinerja Pemasaran Terhadap Produk Sehatkoe pada,PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang.**

Dari hasil penelitian dan wawancara yang penulis dapatkan, mengenai kinerja pemasaran terhadap produk sehatkoeSehatkoe pada perusahaan PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang. Pada perusahaan jasa sudah jelas bahwa untuk memberikan kepuasan secara langsung kepada konsumen, diperlukan pelayanan insentif dari seorang agen, sebelum seorang agen terjun langsung kemasyarakat diperlukan perencanaan dan proses lebih dahulu dalam suatu perusahaan harus melakukan wawancara langsung kepada masyarakat, survey pasar atau dapat melihat dari tingkat kepuasan masyarakat sehingga produk tersebut bisa diterima oleh masyarakat.

Agen asuransi merupakan posisi yang selalu berhadapan langsung dengan nasabahnya dan diharuskan untuk memasarkan produk asuransi kepada calon nasabahnya, serta mampu menciptakan kepuasan calon nasabah melalui produk dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan calon nasabah. Oleh karena itu, setiap agen asuransi dituntut untuk menguasai produk-produk asuransi yang baru maupun yang lama, serta memiliki pengetahuan tentang asuransi dan dapat menyesuaikan dirinya dengan setiap klien yang ditemui sehingga agen dapat mengetahui produk asuransi apa yang sesuai dengan calon nasabahnya.

Berkembangnya perusahaan asuransi sangat ditentukan oleh para agen asuransi. Artinya tidak ada agen, maka tidak ada polis asuransi. Agen asuransi dapat disebut sebagai ujung tombak pemasaran asuransi. Dalam memutuskan penjualan asuransi kepada calon nasabah atau pelanggan mereka mewakili perusahaan asuransi, merekalah yang mengenal melayani dan menguasai portopolio nasabah. Demikian dominannya posisi agen asuransi, maka agen yang dapat menyebabkan perubahan atau permasalahan bisnis asuransi.

Biasanya sebagian besar agen tersebut merupakan mitra bagi perusahaan asuransi, artinya mereka bukan merupakan pegawai tetap yang setiap bulan harus digaji oleh perusahaan, pendapatan mereka berdasarkan angka penjualan yang mereka peroleh. Untuk perekrutan agen biasanya tidak ditentukan berdasarkan pendidikan, biasanya lebih kepada mereka yang memiliki pergaulan yang luas.

Dalam melakukan pemasaran produk asuransi, kita mengenal sistem keagenan (*ordinary agency system* atau *agency distribution* *system*). Karena setiap organisasi setiap perusahaan akan menempatkan aspek pemasaran atau sering disebut agen asuransi dalam mendukung kelancaran jalannya operasional perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang pertanggungan semacam asuransi akan selalu menempatkan bidang pemasaran sebagai tulang punggung penopang kinerja perusahaan. Seretnya penetrasi pasar karena jumlah agen asuransi syariah masih rendah. Selain itu, perilaku pasar keuangan syariah, terutama soal minat masyarakat terhadap industri asuransi syariah, biasanya memang bertumpu pada keinginan personal dengan nilai agama sebagai salah satu faktor kecenderungannya. Maka agar industri asuransi syariah ke depannya bisa semakin berkembang, dan bisa menyumbang implementasi keuangan syariah dalam tingkat nasional.[[2]](#footnote-2)

Dilihat dari berbagai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang ada, maka PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang. dapat dilihat berdasarkan tabel analisis SWOT sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Analisis SWOT pada PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang**

**Faktor Internal**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Kekuatan (S)**   1. Reputasi yang baik di masyarakat sebagai perusahaan pertama di Indonesia. 2. Memeberikan pelatihan kepada calon agen pemasaran untuk meningkatkan kualitas agen pemasaran. 3. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau. 4. Memberikan kenyaman dalam pelayanan kepada nasabah karena dana nasabah dikelola secara syariah. 5. Menjalin kerja sama dengan perguruan-perguruan tinggi. | **Kelemahan (W)**   1. Kurang gencarnya promosi yang dilakukan perusahaan melalui media yang tersedia. 2. Kurangnya SDM pemasaran |

**Faktor Eksternal**

|  |  |
| --- | --- |
| **Peluang (O)**   1. Sebagian besar mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, jika diambil 75% saja yang muslim, maka ada lebih 170 juta potensi pasar yang bisa digarap. 2. Produk-produk PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang terhindar dari unsur gharar, maysir, dan riba tentu memberikan rasa aman bagi masyarakat muslim. 3. Banyak mempunyai refrensi calon nasabah baru. 4. Makin banyaknya lembaga atau institusi yang membutuhkan jasa asuransi syariah. 5. Perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga menjadikan media promosi yang cukup banyak. | **Ancaman (T)**   1. Ketidakstabilan teknologi 2. Munculnya pendatang baru pada pengelolaan produk yang sejenis. 3. Kurangnya kesadaran masyarakat untuk berasuransi. 4. Agen illegal. |

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.

Berikut akan diuraikan analisis dengan matriks SWOT. Matriks SWOT ini akan menghasilkan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang sebagai strategi pemasaran Produk Sehatkoe

**Tabel 4.2 Hasil Analisis Matriks SWOT**

|  |  |
| --- | --- |
| **Strategi SO**   1. Memberikan rasa aman dan percaya kepada masyarakat dalam berasuransi sesuai dengan prinsip syariah. 2. Mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar. 3. Memperluas jaringan kerja sama dengan berbagai pihak yang berbasis syariah guna memperluas jaringan nasabah. 4. Meningkatkann promosi melalui kemajuan teknologi informasi. | **Strategi WO**   1. Meningkatkan promosi yang lebih gencar di semua media untuk meningkatkan pangsa pasar. 2. Meningkatkan SDM pemasaran guna memperluas pangsa pasar. |
| **Strategi WT**   1. Meningkatkan kemampuan SDM untuk menghadapi persaingan industri asuransi syariah. 2. Mampu mengoptimalkan sistem informasi jaringan yang luas dalam menentukan sistem yang baik. 3. Memaksimumkan ragam pilihan produk dengan meningkatkan promosi melalui berbagai media. 4. Meningkatkan sosialisasi terhadap manfaat asuransi syariah dilapisan masyarakat. 5. Secara terus menerus memperbaiki program pelatihan untuk SDM dengan mengevaluasi tingkat keberhasilan program pelatihan SDM yang sudah dijalankan. | **Strategi ST**   1. Membenahi sarana dan prasarana dalam bidang teknologi agar mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. 2. Menjaga kualitas produk dan terus melakukan inovasi produk yang diluncurkan 3. Membangun kepercayaan masyarakat untuk mulai berasuransi sehingga masyarakat merasa butuh, bahwa asuransi itu sesuatu yang dibutuhkan. 4. Menciptakan dan meningkatkan SDM yang berkualitas khususnya bagian pemasaran harus lebih memahami asuransi syariah. |

Dilihat dari matriks SWOT diatas bisa dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan dan faktor peluang juga lebih besar dibandingkan faktor ancaman.

1. Wawancara, Bapak Mujianto, Staf Pemasaran PT. Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang. Pada Tanggal 19 November 2018 Pukul 14.25 WIB. [↑](#footnote-ref-1)
2. Wawancara, Bapak Indriani Widi Armowo, direktur PT Bumiputera Muda Syariah 1967 Unit Serang. Pada Tanggal 17 November 2018 Pukul 10.25 WIB. [↑](#footnote-ref-2)