

## **BAB IV**

### **DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan Asuransi Syariah Takaful Keluarga Syariah**

##### **1. Sejarah Berdirinya PT. Takaful Keluarga Syariah**

Berawal dari sebuah kepedulian yang tulus, beberapa pihak bersepakat untuk membangun perekonomian syariah di Indonesia. Atas prakarsa Ikatan Cendekiawan Muslim Bangsa, bersama bank muamalat indonesia Tbk, PT. Asuransi jiwa Tugu Mandiri, Departemen keuangan RI, dan beberapa pengusaha muslim indonesia, serta bantuan teknis dari syarikat takaful keluarga malaysia, bhd (STMB), Tim pembentukan asuransi takaful indonesia (TEPATI) mendirikan PT Syarikat takaful indonesia (takaful Indonesia) pada 2 februari 1994, sebagai perusahaan perintis pengembangan asuransi syariah di Indonesia (Hariati, 2021)

Selanjutnya pada 5 mei 1994 takaful indonesia mendirikan PT. Asuransi Takaful Keluarga (takaful keluarga) sebagai perusahaan asuransi jiwa syariah pertama di Indonesia (Hariati, 2021). Takaful keluarga diresmikan oleh menteri keuangan saat itu, Mar'ie Muhammad dan mulai beroperasi sejak tanggal 25 Agustus 1994. Guna melengkapi layanan pada sektor asuransi kerugian, PT. Asuransi Takaful Umum (Takaful Umum) didirikan sebagai anak perusahaan takaful keluarga yang diresmikan oleh prof, Dr. B. J. Habibie, selaku ketua dan pendiri Lcmi, dan mulai beroperasi pada 2 juni 1995. Kini, seiring pertumbuhan industri asuransi syariah di indonesia, takaful keluarga terus bekerja keras menjalankan amanah segenap stakeholders dengan mendirikan kinerja dan

pelayanan prima sekaligus melanjutkan cita-cita simpul-simpul pembangunan ekonomi syariah di Indonesia (Mufarichah, 2021).

## 2. Profil perusahaan asuransi syariah khusus PT. Takaful Keluarga Syariah

Perusahaan takaful indonesia asuransi syariah merupakan salah satu anak cabang dari perusahaan GRAHA TAKAFUL INDONESIA berpusat di Jakarta yang beralamat JL. Mampang Perapatan No.100 Jakarta. Awal mula beroperasi di Banjarmasin yaitu tanggal 16 agustus 1996 (Mufarichah, 2021). Selama bereksistensi di Banjarmasin asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin mengalami beberapa kali perpindahan tempat. Pertama kali pada tahun 2000 didirikan Asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin beroperasi di JL. Gatot Subroto No 10 di samping Accer Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan 70123.

Perusahaan Takaful indonesia Asuransi Syariah mempunyai wilayah kerja di seluruh provinsi Indonesia seperti Banda aceh, Lhosomawe, Medan, Pekan Baru, Padang, Palembang, Lampung, DKI Jakarta, Jakarta Selatan, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Tangerang, Bekasi, Depok, Bogor, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Malang Solo, Bandung, Cerbon, Batam, Bali, Balikpapan, Banjarmasin, Samarinda, Bontang, Pontianak, Makasar dan Kendari.

Dalam menjalankan usahanya Asuransi Takaful Indonesia Cabang Banjarmasin membagi dua jenis usaha perasuransian yang saling sinergi (menunjang) jenis usaha yang dijalankan yaitu, asuransi takaful umum yang khusus menangani kerugian dan asuransi takaful keluarga yang khusus menangani non kerugian atau sering dikenal dengan asuransi jiwa.

### 3. Visi dan Misi Takaful

- a. Visi Asuransi Takaful adalah menjadi Takaful asuransi jiwa syariah yang terdepan dalam pelayanan, operasional dan pertumbuhan bisnis syariah di Indonesia dengan profesional, amanah dan bermanfaat bagi masyarakat.
- b. Misi Asuransi Takaful adalah menyelenggarakan bisnis asuransi syariah secara profesional dengan memiliki keunggulan dalam standar operasional dan layanan

### 4. Struktur dewan perusahaan

#### Dewan pengawas syariah

Anggota : KH. Muhyiddin Junaidi

#### Dewan Komisaris

Komisaris Utama : Dato' Mohamed Hasan Md Kamil

Komisaris Independen : Tri Djoko Santoso

Komisaris : Muhammad Harris, SE

Komisaris : Mahadzir Azizan

#### Dewan Direksi

Direktur Utama : Arfandi Arief

Direktur Oprasional : Yurivanno Gani

Menciptakan sumber daya manusia yang handal melalui program pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan.

Mendayagunakan teknologi yang terintegrasi dengan berorientasi pada pelayanan dan kecepatan kemudahan serta informatif.

## 5. Pengelolaan dana asuransi takaful keluarga

Pengelolaan dana pada PT. Asuransi Takaful Keluarga dibagi menjadi tiga kelompok yaitu: pertama dana perusahaan atau biaya yaitu dana yang digunakan oleh perusahaan untuk operasional perusahaan. Kedua dana tabungan yaitu dana milik peserta yang dibayar setiap bulannya, dan peserta dapat mengambil dana tersebut kapanpun peserta inginkan, namun harus sesuai dengan kesepakatan diawal. Ketiga, dana tabarru' yaitu dana yang menolong antar peserta asuransi syariah yang digunakan untuk menolong sesama peserta asuransi syariah yang terkena musibah. Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga pengelolaan dana asuransi pada produk saving (tabungan) melalui iuran premi dari para peserta asuransi, kemudian dikelompokkan menjadi tiga dan memiliki persentase yang berbeda-beda yaitu: peserta 0% perusahaan 0% dan dana tabarru' 100% (Hariati, 2021). Sistem ini sebagai inplementasi dari akad takafuli dan mudharabah, sehingga asuransi syariah dapat terhindar dari unsur gharar dan maisir. Persentase pembagian mudharabah dibuat dalam suatu pembagian tetap berdasarkan perjanjian kerja sama antara perusahaan asuransi dan peserta, misalnya 70: 30, 60:40 dan seterusnya (Hadijah, 2021 ). dana tabarru' yang terdapat dalam PT. Asuransi Takaful Keluarga memiliki tujuan sebagai dana tolong menolong antar peserta asuransi yang sedang terkena musibah, presentasi yang pembagian hasil investasi juga sudah disepakati oleh para peserta di awal perjanjian. Dana tabarru' yang ada pada PT. Asuransi Takaful Keluarga tidak berhenti di perusahaan, namun dana tabarru' tersebut diinvestasikan oleh pihak perusahaan melalui instrumen investasi syariah melalui persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah,

karena dalam asuransi syariah menginvestasikan semua dana yang harus diinvestasikan ke arah yang halal saja. Semua dana yang diinvestasikan dan hasil dari investasi tersebut kemudian kembali lagi ke rekening peserta asuransi(ibu). Asuransi untuk membantu peserta lain yang terkena musibah. Dalam praktiknya akad tabarru' yang berada di perusahaan asuransi menggunakan Fatwa DSN-MUI sebagai pedoman untuk menjalankan akad tabarru' dengan baik sesuai dengan syariat Islam dimana telah ditetapkan Fatwa DSN-MUI No. 53/DSN-MUI/III/2006 tentang akad tabarrupada asuransi syariah.

## **B. Penyajian Data**

hasil riset yang dilakukan peneliti dengan melakukan wawancara kepada pihak yang terkait, dimana penulis mendapat data-data yang berhubungan dengan konteks atau pembahasan yang penulis teliti yang terdiri dari tiga responden. Responden disini adalah karyawan tetap PT. Takaful Keluarga kantor Cabang Banjarmasin bagian Direktur, Manager, dan Agen Asuransi PT. Takaful Keluarga.

- |                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| 1. Nama             | : Rita Hariati    |
| Umur                | : 46 Tahun        |
| Pendidikan Terakhir | : S1 Sekretaris   |
| Jabatan             | : Direktur        |
| 2. Nama             | : Siti Mufachirah |
| Umur                | : 47 Tahun        |
| Pendidikan Terakhir | : S. pd           |
| Jabatan             | : Manager Utama   |
| 3. Nama             | : Hadijah         |
| Umur                | : 40 Tahun        |

Pendidikan Terakhir : S1 Ekonomi

Jabatan : Manager Oprasional

a. Penerapan Strategi Pemasaran

1. Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara yang saya lakukan selama riset di PT. Takaful Keluarga Kantor Cabang Banjarmasin. Dengan strategi memperkenalkan produk asuransi syariah PT. Takaful Keluarga Syariah dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat dan calon nasabah baik itu dengan cara promosi ataupun sosialisasi (Hariati, 2021). Hal ini tentunya dapat meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar prduk asuransi dapat terus bertahan dan semakin berkembang.

2. Pemasaran Media sosial.

Pandemic covid-19 telah memberi dampak pada tertekan nya pendapatan premi industri asuransi takaful. Rita Hariati juga menyebutkan adanya penurunan daya beli masyarakat terhadap produk asuransi meskipun demand masih cukup baik (Hariati, 2021).

Sehingga dalam upaya mendorong pencapaian target premi perusahaan asuransi takaful melakukan strategi digital marketing dengan menawarkan produk asuransi yang dikemas dengan life style benefit.

3. Media sosial yang di gunakan

Untuk media sosial yang digunakan Asuransi Takaful Keluarga Syariah yaitu YouTube, Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter, Line, Facebook Messenger.

#### 4. Promosi

Promosi dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, dan media sosial lainnya. Hal ini dilakukan untuk memberikan informasi-informasi dari asuransi takaful (Hariati, 2021). Seperti konsultasi keuangan gratis, perencanaan keuangan secara berkala tergantung apa yang dihadapi asuransi takaful dan bagaimana kondisi pasar itu sendiri.

Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dilakukan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan yang selanjutnya.

#### b. Produk

##### 1. Takafulink Salam Ziarah Baitullah

Proteksi jiwa yang memberikan manfaat takaful dasar serta nilai investasi termasuk santunan kesehatan jika sakit atau kecelakaan bagi nasabah yang berangkat ke tanah suci.

##### Manfaat

- a) Santunan meninggal dunia dan nilai dasar asuransi
- b) Santunan diberikan jika mengalami risiko meninggal dunia akibat kecelakaan
- c) Pertanggung jawaban biaya atas risiko tertanggung di rawat inap di rumah sakit.

## 2. Takafulink Falah Saving

Proteksi jiwa kumpulan yang memberikan takaful dasar serta manfaat lain sesuai dengan ketentuan polis hingga nasabah berusia 75 tahun.

Manfaat.

- a) Santunan diberikan jika nasabah mengalami risiko meninggal dunia, cacat tetap total, atau kecelakaan diri.
- b) Pertanggung jawaban biaya rawat inap, rawat jalan, perawatan gigi, persalinan, dan pembedahan
- c) Santunan diberikan jika terdiagnosa penyakit kritis.
- d) Terdapat nilai investasi.

### c. Takaful Ziarah

Asuransi Jiwa Takaful Keluarga yang memberikan santunan meninggal dunia bukan karena kecelakaan dengan pertanggung jawaban mulai dari Rp30 juta hingga Rp50 juta

Manfaat

- a) Santunan meninggal dunia dan cacat tetap total atau sebagian bukan karena kecelakaan.
- b) Terdapat dua plan yaitu Silver santunan hingga Rp30 juta dan Gold hingga Rp50 juta.
- c) Pilihan masa asuransi 1-10 hari, 11-15 hari, hingga 16-30 hari.



d. Takaful Kecelakaan Diri Individu

Proteksi jiwa dengan 100 persen manfaat takaful dasar jika nasabah meninggal dunia baik karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan.

Manfaat.

- a) Santunan diberikan jika nasabah mengalami risiko meninggal dunia, cacat tetap total, atau cacat tetap sebagian.
- b) Dana kontribusi murah mulai dari Rp250 ribu per tahun.

e. Takaful Al Khairat Individu

Proteksi jiwa keluarga (maksimal 4 orang) dengan 100 persen manfaat takaful dasar jika nasabah meninggal dunia baik karena kecelakaan maupun bukan karena kecelakaan.

Manfaat.

- a) Santunan diberikan jika nasabah mengalami risiko meninggal dunia, cacat tetap total, atau kecelakaan diri.
- b) Pertanggung jawaban biaya rawat inap, rawat jalan, perawatan gigi, persalinan, dan pembedahan
- c) Santunan diberikan jika terdiagnosa penyakit kritis.
- d) Terdapat nilai investasi

f. Takaful Dana Pendidikan

Proteksi dana pendidikan anak sejak TK hingga perguruan tinggi dengan 100 persen manfaat dana pendidikan jika orang tua meninggal dunia.

Manfaat.

- a) Santunan meninggal dunia akibat kecelakaan berupa dana pendidikan bertahap
- b) 50% dari UP diberikan jika tertanggung mengalami cacat tetap total karena kecelakaan
- c) Dana tahapan pendidikan diberikan sesuai kebutuhan mulai dari TK hingga perguruan tinggi”

g. Takafulink Salam Cendekia

Proteksi jiwa serta manfaat dana investasi serta manfaat santunan biaya kesehatan jika anak mendapatkan perawatan di klinik serta rumah sakit dan manfaat lainnya.

Manfaat.

- a) Santunan meninggal dunia dan nilai dasar asuransi
- b) Santunan diberikan jika mengalami risiko meninggal dunia dan cacat tetap total
- c) Santunan dana pendidikan
- d) Pertanggung biaya atas risiko tertanggung atau
- e) anak rawat inap di rumah sakit.

h. Takafulink Salam Wakaf

Asuransi Jiwa Takaful Keluarga dengan manfaat dana investasi sesuai ketentuan syariah serta 77 persen manfaat dana investasi akan diwakafkan jika tertanggung meninggal dunia.

Manfaat.

- a) Santunan meninggal dunia berupa 55% takaful dasar dan 77% nilai investasi diberikan jika meninggal dunia

- b) Loyalty bonus 77% nilai investasi diberikan jika peserta asuransi hidup hingga masa polis berakhir.

i. Takafulink Salam Community

Proteksi jiwa kumpulan (kolektif min 10 orang) yang memberikan takaful dasar serta manfaat lain sesuai dengan ketentuan polis.

Manfaat.

- a) Santunan diberikan jika nasabah mengalami risiko meninggal dunia, cacat tetap total, atau kecelakaan diri.
- b) Pertanggung jawaban biaya rawat inap, rawat jalan, perawatan gigi, persalinan, dan pembedahan
- c) Santunan diberikan jika terdiagnosa penyakit kritis.
- d) Terdapat nilai investasi.

j. Takafulink Falah Proteksi

Proteksi jiwa kumpulan yang memberikan takaful dasar serta manfaat lain sesuai dengan ketentuan polis hingga nasabah berusia 70 tahun.

Manfaat.

- a) Santunan diberikan jika nasabah mengalami risiko meninggal dunia, cacat tetap total, atau kecelakaan diri.
- b) Pertanggung jawaban biaya rawat inap, rawat jalan, perawatan gigi, persalinan, dan pembedahan
- c) Santunan diberikan jika terdiagnosa penyakit kritis.
- d) Terdapat nilai investasi
- e) Dana kontribusi murah mulai dari Rp300 ribu per bulan.

k. Takaful Al Khairat Kumpulan

Proteksi jiwa bagi karyawan yang memberikan pertanggung jawaban atas risiko meninggal dunia baik karena kecelakaan ataupun bukan karena kecelakaan.

Manfaat.

- a) Santunan meninggal dunia akibat kecelakaan maupun bulan kecelakaan
- b) Dana kontribusi mulai dari Rp500 ribu per grup
- c) Jumlah minimum peserta atau karyawan 25 orang

l. Fulmedicare Gold

Asuransi Kesehatan Takaful Keluarga untuk karyawan yang menanggung rawat inap, pembedahan, aneka perawatan, kehamilan, gigi danacamata.

Manfaat

- a) Pertanggung biaya rawat inap, rawat jalan, rawat gigi,acamata, dan biaya melahirkan
- b) Dana kontribusi terjangkau mulai dari Rp15 juta per grup
- c) Jumlah minimum peserta atau karyawan 10 orang

m. Takaful Pembiayaan

Proteksi bagi bagi lembaga keuangan yang sudah bermitra dengan Takaful Keluarga terhadap risiko yang mungkin terjadi pada nasabahnya.

Manfaat.

- a) Santunan meninggal dunia hingga nasabah berusia 80 tahun

b) Memberikan layanan nasabah hingga 24 jam.

c. Kendala Yang Dihadapi

1. Gagap Teknologi

Kendala yang paling sering dihadapi karena gaptek (gagap teknologi) dari agen sendiri ataupun dari calon nasabah tersebut. (Mufarichah, 2021)

Gagap teknologi adalah kata yang populer yang ditunjukkan untuk rang-rang yang

belum familiar dengan dunia internet, kecanggihan teknologi. Jika diterjemahkan dari singkatannya, bisa kita bayangkan jika berbicara dengan rang yang gagap, setengah mati kita berkomunikasi dengannya, sama halnya dengan gagap teknologi, kita seakan tertinggal dengan rang lain dan tidak paham apapun sal teknologi (Mufarichah, 2021).

2. Kurang Pemahaman

Kendala yang saya hadapi saat memasarkan pemasaran di pandemic covid-19 saat ini kebanyakan nasabah yang di prospek tidak terlalu memahami apa saja yang dijelaskan karena nasabah tidak berfokus untuk mendengarkan penjelasan dari agen. terkadang jaringan yang tidak memadai entah dari nasabah ataupun saya sendiri.

3. Tidak Percaya

Banyak calon nasabah tidak butuh produk asuransi syariah di karena kan mereka mampu dan kuat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya

### C. Analisis Data

Setelah menyajikan beberapa data sebagaimana pada bab IV, kemudian penulis menganalisis data tersebut untuk menjawab rumusan masalah pada bab I mengenai bagaimana Penerapan Strategi Pemasaran di Masa Pandemic Covid-19 di PT. Takaful Keluarga Syariah

#### 1. Penerapan Strategi Pemasaran

##### a. Pemasaran

Dari data yang diperoleh penulis dari informan dapat diketahui pemasaran yang dilakukan ialah memperkenalkan produk, untuk meningkatkan daya jual beli. Strategi pemasaran ialah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran. Perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasi nya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. E Jerome Mc Carthy mendefinisikan strategi pemasaran sebagai berikut: "marketing strategy soecifes a target market and a relate marketing mix. It is a big picture of what a firm will do in some market. Two interrelated parts needed.

##### b. Pemasaran Media Sosial

Karena berlangsungnya covid-19 asuransi takaful keluarga mempunyai inisiatif untuk melakukan pemasaran media sosial agar perusahaan asuransi dapat terus berjalan.

Dalam bukunya. (David Evans dan Jake McKee, 2010). Mengatakan bahwa pemasaran media sosial dipraktekkan untuk melibatkan pelanggan pada lokasi online dimana para pelanggan secara alami menghabiskan waktu. Menurut

(Siswanto 2017) pemasaran media sosial merupakan bentuk pemasaran yang dipakai untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek. Produk, bisnis, individu, atau kelompok baik secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, micro blogging, dan jejaring sosial.

Dengan adanya pemasaran media sosial memudahkan para pelaku usaha untuk berinteraksi dengan pelanggannya secara online. Biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar dan tidak ada batasan waktu selama tersambung dengan internet. Media sosial berperan saat pemasaran kegiatan perusahaan membentuk hubungan individu dengan pelanggan dan memberi perusahaan peluang untuk mengakses pelanggan. Dengan generalisasi media sosial di seluruh masyarakat, para peneliti telah mempelajari penggunaan media sosial, beberapa banyak waktu yang mereka gunakan. Dan jumlah digunakan dalam periode waktu tertentu.

#### c. Media sosial yang digunakan

Media sosial yang digunakan asuransi takaful keluarga untuk melakukan pemasaran

##### a) Twitter

Twitter memungkinkan Anda untuk mengekspresikan pendapat Anda dalam 280 karakter. Dikenal sebagai perintis penggunaan hastag, twitter adalah platform media sosial bagi pengguna untuk berbagi pemikiran, menjangkau merek dan selebritis, serta mengkonsumsi berita dan informasi.

Merek terutama menggunakan twitter untuk layanan pelanggan karena itu adalah platform yang sering digunakan pelanggan untuk interaksi merek yang tepat waktu. Misalnya : lihat bagaimana Indi home menanggapi keluhan pelanggan dan bagai mana pereka memproyeksikan citra merek mereka.

Pengguna twitter cenderung lebih suka melihat informasi, sehingga twitter menjadi pusat penemuan informasi. Oleh karena itu asuransi harus menggunakan twitter untuk mempublikasikan produk mereka.

b) Facebook

Facebook di Indonesia memiliki karakter pengguna yang lebih tua usianya yang bervariasi dari pada twitter. Apapun usaha yang dijalankan, harus hadir di platform Facebook. Ini menggabungkan fitur-fitur terbaik dari hampir setiap platform media sosial dan kemungkinan besar audient Anda juga menggunakannya.

Bisnis dapat menggunakan Facebook untuk berbagi konten, terlibat dengan pelanggan, menjalankan iklan, atau menggunakannya sebagai platform untuk memberi dukungan pelanggan.

c) Instagram

Instagram adalah platform visual berbasis seluler yang memungkinkan Anda berbagi gambar dan video. Popularitas instagram telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir dan



diperkirakan akan tumbuh lebih besar karena konsumen terus menyukai video vertikal, video langsung, dan cerita. Memungkinkan Anda berbagi video dengan durasi lebih dari satu menit.

Oleh karena itu asuransi takaful tidak akan ketinggalan untuk melakukan pemasaran melalui instagram ini.

d) YouTube

YouTube adalah platform berbagi video online yang memungkinkan Anda melihat, membagikan, dan mengupload konten video. Pertumbuhan eksponensial pemasaran video telah mendorong para pengusaha untuk membuat berbagai konten dan iklan di YouTube secara ekstensif.

Dan asuransi takaful juga melakukan pemasaran melalui YouTube untuk memberikan informasi dan pengenalan suatu produk dari asuransi takaful keluarga.

e) LinkedIn

memiliki karakter pengguna yang profesional, pekerja, dan berbasis profesi.

d. Promosi

Peranan produk tentunya memiliki peranan untuk meningkatkan daya jual suatu produk usaha dikalangan masyarakat. Produk tersebut dapat berupa barang ataupun jasa yang tersedia dan umumnya memiliki peranan penting bagi konsumennya.

Maka dari itu seseorang pebisnis perlu menerapkan strategi pemasaran untuk mencapai keuntungan yang menjadi target dalam bisnis.

Tidak hanya itu, mengaplikasikan strategi penjualan juga berperan untuk meningkatkan nama produk atau brand yang menjadi ciri khas dari produk usaha yang dimiliki. Dengan adanya strategi, kegiatan memperkenalkan produk kepada khalayak umum ini menjadi mudah.

Selain itu, taktik bisnis ini juga berperan sebagai salah satu cara untuk mempertahankan bisnis dalam jangka panjang.

Artinya bisnis tersebut dapat memberikan keuntungan baik bagi pebisnis maupun pekerja dalam usaha tersebut dalam kurun waktu yang lama. Bahkan, jika bisa usaha tersebut dapat menjadi usaha yang memiliki eksistensi tinggi di kalangan masyarakat.

Terdapat beberapa strategi promosi yang bisa diterapkan untuk memasarkan produk antara lain:

a) Kenali pasar target

Target pasar berarti sasaran yang akan dituju ketika menjalankan suatu usaha baik itu usaha yang menghasilkan barang maupun jasa. Target pasar menjadi point penting dalam menentukan strategi pemasaran menjual untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap produk yang akan dijual.

b) Menentukan misi yang ingin dicapai

Strategi promosi selanjutnya adalah menentukan misi yang nantinya akan tercapai setelah melakukan promosi produk.

Sebenarnya langkah ini terlaksana sebelum adanya promosi produk usaha. Perlu juga untuk mengetahui tujuan dari promosi produk yang akan dilakukan.

Hal ini karena mengaplikasikan pemasaran produk bertujuan untuk beberapa tujuan seperti menciptakan kesan baik di kalangan konsumen, menetapkan kualitas produk usaha, menciptakan produk yang mampu bersaing dengan produk usaha lain. Dan tentunya meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk usaha.

c) Memanfaatkan media sosial

Sebagai pebisnis tentunya juga perlu mengikuti perkembangan jaman seperti penggunaan media sosial yang memiliki banyak pengguna. Media sosial yang biasa kamu gunakan seperti intagram facebook, twitter, dan sebagainya.

Untuk memperbanyak jangkauan konsumen juga bisa menggunakan jasa promosi yang terdapat dalam media sosial tersebut.

## 2. Kendala Yang Dihadapi

ada beberapa kendala yang dihadapi takaful keluarga yang membuat hambatan untuk perusahaan PT. Takaful Keluarga Syariah antara lain:

a. Gagap teknologi

Gagap teknologi atau sering disebut dengan kata gaptek, gaptek adalah sebutan bagi orang yang tidak tahu tentang kemajuan teknologi dan tidak bisa mengoperasikan teknologi masa kini. Mungkin semua orang di

dunia pernah merasakan gaptেক, termasuk saya sendiri dimana saat saya masih berumur 10 tahun yang lalu, saya hanya mengetahui smartphone digunakan untuk telephone dan sms saja. Tapi sekarang kegunaan smartphone sudah semakin canggih seiring banyaknya merek-merek baru yang bermunculan. Smartphone saat ini sudah berubah menjadi smartphone yang tidak hanya digunakan untuk komunikasi saja tapi juga untuk mengabadikan momen-momen yang di anggap penting, dan aplikasi-aplikasi yang di dalam smartphone yang saya sendiri tidak tau sebanyak apa dan fungsi aplikasi tersebut untuk apa.

Biasanya orang yang gagap teknologi dapat disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya:

1. Kondisi ekonomi
2. Letak wilayah atau kondisi lingkungan
3. Takut akan kerusakan atau salah dalam pengoperasian.
4. Yang paling penting tidak mau belajar

Dalam faktor-faktor tersebut, solusi yang bisa saya sampaikan untuk saya dan orang gagap teknologi lainnya dapat diatasi dengan kemauan yang kuat dalam belajar tentang teknologi, tidak takut gagal.

b. Kurang Pemahaman

Kendala yang saya hadapi saat memasarkan pemasaran di pandemic covid-19 saat ini kebanyakan nasabah yang di prospek tidak terlalu memahami. Karena para nasabah tidak mempunyai teknologi yang mumpuni ataupun jaringan internet yang terlalu rendah, sehingga di saat penjelasan mengenai asuransi takaful dikarenakan jaringan tidak mumpuni

penjelasan pun tidak terlalu jelas, putus-putus sehingga penjelasan tentang asuransi takaful tidak maksimal.

c. Tidak Percaya

Banyak calon nasabah tidak butuh produk asuransi syariah di karena kan ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi.

1. Lebih baik berinvestasi

Sadarkah jika dengan mengambil asuransi juga bisa berinvestasi. Banyak orang yang tidak mengetahui tentang informasi ini sehingga berpikir asuransi hanyalah jasa perlindungan kesehatan, pendidikan, dan santunan kematian.

2. Proses klaim sulit

Untuk pembayaran premi biasanya perusahaan asuransi selalu mempermudah nasabah. Tetapi giliran ingin mengajukan klaim dipersulit. Dipimpong kesana kemari, tidak ada kejelasan.

Begitu pemikiran banyak orang. Proses klaim asuransi menguras energi dan waktu karena memakan waktu yang panjang. Belum lagi harus menyiapkan berbagai dokumen pendukung dan menunggu apakah klaim diterima atau ditolak.

3. Adanya oknum penipuan

Ada saja oknum atau pelaku kejahatan yang menipu nasabah. Mengiming-imingi premi rendah, klaim sangat mudah dan cepat, tetapi ternyata penipuan.

Wajar jika masyarakat kurang percaya terhadap asuransi. Namun tidak semua perusahaan asuransi demikian.

Maka dari itu, pastikan mengajukan atau membeli asuransi di perusahaan asuransi terpercaya. Yang sudah berizin dan diawasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).