

## **Analisis Minat Konsumen terhadap Produk Prucinta PT Prudential Syariah Cabang Binjai**

**Rifka Fachrina<sup>1</sup>, Yusrizal<sup>2</sup>**

Asuransi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[fachrinarifka@gmail.com](mailto:fachrinarifka@gmail.com)<sup>1</sup>, [yusrizal@uinsu.ac.id](mailto:yusrizal@uinsu.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*If we examine the existence of sharia insurance companies in Indonesia, they have existed for approximately 24 years until now and continue to experience growth from year to year. Although it has undergone many developments, there are still many people who are not interested or are still reluctant to use sharia insurance services for various reasons, of course this is a challenge for sharia insurance companies to be able to maximize the expansion of their products so that they can be of interest to the wider community. Qualitative method as a research procedure that produces descriptive data in the form of written or spoken words from people and observable behavior. Public interest in PRUCinta Products has increased within a period of 1 (one) year. Fostering public interest in PT. Sharia Prudential Insurance, has several factors that influence people's interest in sharia insurance products, namely (1) products marketed to the public, (2) Promotions carried out by agencies (3) People's income has no influence when the community becomes sharia prudential customers because the number of Premiums can be adjusted according to the prospective customer's income. Promotional activities are not only carried out through agencies but also seminars for people who don't really understand insurance. The promotional strategies carried out by the agency and advertisements that we can see on television, gadgets, and others.*

**Key word : insurance, interest, product**

### **ABSTRAK**

Jika ditelaah keberadaan perusahaan asuransi syariah di Indonesia telah ada selama kurang lebih 24 tahun hingga sekarang dan terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun. Walaupun telah mengalami banyak perkembangan, namun masih banyak masyarakat yang kurang berminat atau masih enggan untuk menggunakan jasa asuransi syariah karena berbagai alasan pertimbangan, tentunya ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan asuransi syariah untuk dapat memaksimalkan perluasan produknya agar dapat diminati oleh masyarakat luas. Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Minat masyarakat terhadap Produk PRUCinta mengalami kenaikan dalam kurun waktu 1 (satu) tahun. Menumbuhkan minat masyarakat pada PT. Asuransi Prudential Syariah, memiliki beberapa

faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah yaitu (1) produk yang dipasarkan kepada masyarakat, (2) Promosi yang dilakukan oleh agency (3) Pendapatan masyarakat tidak memiliki pengaruh ketika masyarakat itu menjadi nasabah prudential syariah dikarenakan jumlah premi dapat disesuaikan dengan jumlah pendapatan calon nasabah. Kegiatan promosi tidak hanya dilakukan melalui agency tetapi juga seminar kepada masyarakat yang belum terlalu memahami asuransi. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh agency dan iklan yang dapat kita lihat di televisi, gadget, dan lainnya.

**Kata kunci : asuransi, minat, produk**

## **PENDAHULUAN**

Pentingnya asuransi syariah bagi kehidupan manusia yaitu sifatnya untuk memberikan perlindungan secara jangka panjang. Tidak satupun manusia yang menginginkan atau merencanakan sebuah hal atau peristiwa yang tidak diinginkan misalnya, sakit, kecelakaan, bahkan kematian. Namun tidak satupun juga manusia dapat mengetahuinya dari awal karena hal tersebut merupakan peristiwa dan yang telah dikuasakan Tuhan sang pencipta. Tetapi manusia dapat memberikan perencanaan untuk mengatasi hal atau peristiwa yang tidak diinginkan tersebut karena peristiwa buruk tersebut tidak dapat dihindari akan tetapi hanya dapat diantisipasi, hal ini merupakan fungsi dari perusahaan asuransi syariah yaitu bersifat saling tolong menolong dan melindungi. Usaha dan upaya menghindari resikonya dilakukan dengan cara melimpahkannya kepada pihak lain, maka pilihan yang paling tepat yaitu pada institusi yang bernama asuransi (Syahatah, 2006).

Jika ditelaah keberadaan perusahaan asuransi syariah di Indonesia telah ada selama kurang lebih 24 tahun hingga sekarang dan terus mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun. Walaupun telah mengalami banyak perkembangan, namun masih banyak masyarakat yang kurang berminat atau masih enggan untuk menggunakan jasa asuransi syariah karena berbagai alasan pertimbangan, tentunya ini menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan asuransi syariah untuk dapat memaksimalkan perluasan produknya agar dapat diminati oleh masyarakat luas.

Alasan tersebut dikarenakan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: (a) masyarakat muslim di Indonesia umumnya kurang memahami apa tujuan dari

asuransi; (b) Kemudian masyarakat muslim masih anti dengan produk asuransi; (c) Terdapat opini bahwa asuransi itu seperti mendahului kehendak Tuhan; (d) Kurangnya sosialisai kepada masyarakat mengenai adanya lembaga asuransi syariah juga berdampak pada minat masyarakat untuk menggunakan produk asuransi syariah. Akibatnya, informasi yang berkaitan dengan asuransi syariah tidak tersampaikan kepada masyarakat; (e) Faktor ekonomi masyarakat seperti di pedesaan cenderung menengah kebawah, sedangkan dalam jasa asuransi, setiap orang yang mengikuti asuransi diwajibkan membayar premi sesuai dengan kesepakatan yang dibuat; (f) Tingkat kesadaran masyarakat Indonesia masih sangat rendah mengenai risiko yang akan datang dikemudian hari. Hal ini dikarenakan asuransi dianggap bukan sebagai kebutuhan yang utama tapi sebagai kebutuhan pelengkap.

Majalah Investor mencatat bahwa sebanyak 21 perusahaan asuransi nasional meraih predikat 'Asuransi Terbaik 2018' PT. Prudential Life Assurance meraih posisi terbaik pada kelompok asuransi jiwa papan atas, dengan aset di atas Rp 25 triliun, disusul oleh PT Asuransi Jiwasraya (Persero), dan PT AIA Financial (Rachim, 2018). Saat ini, Prudential Indonesia memiliki lebih dari 250.000 tenaga pemasar yang tersebar di Indonesia. Sepanjang 2018 total aset Prudential Indonesia mencapai Rp 78,9 Triliun dan juga perusahaan berhasil mencetak pendapatan premi sebesar Rp 25,4 Triliun tertinggi di industri asuransi jiwa.

Dengan adanya keunggulan dari perusahaan asuransi PT Prudential syariah inilah penulis ingin meneliti tingkat keminatan masyarakat terhadap produk asuransi PRUCinta. produk ini diluncurkan oleh prudential pada tahun 2020 ,produk ini merupakan produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap risiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif . Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Baydan dan Tailor). Penelitian kualitatif merupakan rangkaian kegiatan atau proses menyaring data atau informasi yang bersifat

sewajarnya mengenai masalah dalam kondisi aspek atau bidang kehidupan tertentu pada objeknya.

## **KAJIAN TEORI**

### **1. Asuransi Syariah**

Menurut Robert I. Mehr, Asuransi merupakan suatu alat yang bertujuan mengurangi resiko dengan menggabungkan sejumlah unit yang beresiko agar kerugian individu secara bersama-sama dapat diprediksi. Kerugian yang diprediksi itu kemudian dibagi dan didistribusikan secara adil dan merata di antara semua unit-unit dalam gabungan tersebut (Abdulkadir, 2006: 16).

Asuransi syariah merupakan jawaban atas kebutuhan kaum muslim dalam mengantisipasi kemungkinan terjadinya resiko secara islami. Asuransi syariah dengan penerapan prinsip dasar yang tidak bertentangan dengan syariat-syariat islam serta memiliki kemaslahatan yang lebih banyak untuk semua umat, tidak hanya umat muslim semata (Agus, 2017: 28). Menurut M. Nur Rianto (2012) Asuransi Syariah memiliki beberapa ciri utama:

- a. Akad asuransi syariah bukan akad mulzim (perjanjian yang wajib dilaksanakan) bagi kedua belah pihak.
- b. Akad asuransi syariah bersifat Tabarru.
- c. Dalam asuransi syariah tidak ada pihak yang lebih kuat karena semua keputusan dan aturan diambil secara bersama-sama.
- d. Akad asuransi syariah bersih dari maysir, gharar dan riba.
- e. Asuransi syariah bernuansa kekeluargaan.

Menurut perspektif ekonomi islam, istilah asuransi dikenal dengan takaful yang artinya saling menanggung atau saling menjamin, asuransi juga dapat diartikan sebagai perjanjian yang berkaitan dengan pertanggungan atau penjaminan atas resiko kerugian tertentu.

### **2. Minat**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia minat adalah kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan. Menurut Crow dan Crow dikutip dari Abdul Rahman Shaleh (2009) minat adalah sesuatu yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa

tertarik pada orang, benda, kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif serta dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki (Assauri, 2011: 141).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa definisi minat adalah kecenderungan hati untuk memilih atau memakai suatu produk. Mappiare mengemukakan bahwa untuk bentuk minat seseorang dipengaruhi oleh latar belakang lingkungan, tingkat ekonomi, status sosial, dan pengalaman.

Menurut Crow and Crow yang dikutip dari Abdul Rahman Shaleh (2009) terdapat 3 faktor yang menjadi timbulnya minat, adalah:

- a. Faktor kebutuhan dari dalam yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
- b. Faktor motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan.
- c. Faktor emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.

### **3. Produk PRUCinta**

Segala sesuatu yang ditawarkan untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, yang memuaskan keinginan atau kebutuhan disebut produk (Kotler & Amstrong 2001:346).

Produk asuransi merupakan produk yang mampu memberikan tingkat kenyamanan dan kesejahteraan bagi masyarakat yang mengikuti asuransi jiwa, dengan memiliki proteksi dalam bentuk asuransi (Maskanah, 2006:12).

Asuransi jiwa syariah PRUCinta merupakan produk asuransi jiwa syariah dari PT Prudential Life Assurance (Prudential Indonesia) yang menyediakan perlindungan komprehensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap risiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan.

## **PEMBAHASAN**

Berikut adalah hasil wawancara dari penelitian dengan pihak Asuransi (Agen) dan masyarakat:

1. Apakah produk yang ada di PT Asuransi Prudential Syariah dapat mudah dipahami masyarakat awam?

Jawaban: PT Asuransi Prudential Syariah memiliki kemampuan yang baik dalam menyampaikan produknya dalam masyarakat, seperti yang kita ketahui PT. Asuransi Prudential Syariah berjalan dibidang asuransi jiwa.

2. Apakah produk PRUCinta yang tersedia di perusahaan Prudential syariah dapat menjadi solusi bagi masyarakat?

Jawaban : ya, karena produk ini memberikan perlindungan kompherensif selama 20 tahun. Selain itu, produk ini juga memberikan santunan 100% atas beban dana Tabarru'. Serta perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan sampai dengan usia peserta polis mencapai 70 tahun.

3. Apakah agency yang melakukan promosi asuransi syariah kepada masyarakat sudah menyampaikan penjelasan produk tersebut secara mendetail?

Jawaban: Agency Asuransi Syariah adalah Agency yang memiliki ilmu pengetahuan asuransi secara baik. Agency yang melakukan promosi dan memberikan penjelasan kepada masyarakat telah melakukan hal tersebut sesuai dengan prosedur.

4. Apakah masyarakat menyambut baik agen yang melakukan promosi kepada masyarakat?

Jawaban : ya, masyarakat mendengarkan dengan agen menjelaskan produk secara detail dan hal ini lah yang menyebabkan masyarakat tertarik terhadap produk ini. Namun ada juga masyarakat yang melakukan penolakan dikarenakan trauma ataupun malas mendengarkan.

5. apakah pendapatan berpengaruh pada masyarakat dalam pembayaran jumlah premi?

Jawaban : ya, pembayaran premi disesuaikan dengan kesanggupan calon nasabah. Selain itu harga premi yang cukup terjangkau juga menambah minat masyarakat terhadap produk ini.

6. Bagaimana minat masyarakat terhadap produk asuransi jiwa PRUCinta?

Jawaban : masyarakat cukup berminat dikarenakan harga premi yang terjangkau sehingga masyarakat merasa bisa menyisihkan dana untuk pembayaran premi asuransi. Hal ini juga menjadi solusi bagi masyarakat.

Dari hasil penelitian didapat bahwa pihak asuransi syariah sudah menjelaskan produk asuransi syariah kepada masyarakat dengan baik dan mendetail. Terlihat bahwa pihak Agency dalam melakukan promosi produk sudah dilakukan secara rinci kepada masyarakat dan telah melakukan hal tersebut sesuai dengan prosedur, Agency juga memiliki ilmu pengetahuan yang baik dan mumpuni untuk menjelaskan produk secara detail mengenai prosedur serta persyaratan yang tertera pada produk tersebut Kegiatan Promosi dilakukan tidak hanya melalui agency tetapi juga seminar kepada masyarakat pedesaan yang belum terlalu memahami asuransi, Adapun Strategi promosi dilakukan melalui website yang dapat dilihat pada internet, brosur yang bisa didapat dari sebaran yang dilakukan oleh agency, dan iklan yang dapat kita lihat di televisi, gadget, spanduk serta yang lainnya." Kegiatan promosi juga dilakukan secara bersamaan disetiap adanya kegiatan seminar umum mengenal asuransi.

Pihak asuransi syariah Prudential telah menempatkan sasaran yang tepat untuk melakukan prospek kepada masyarakat kalangan biasa saja (misal pelaku UMKM) yang memiliki pengetahuan rendah mengenai asuransi syariah dan produknya. Prospek ini ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat dengan pentingnya berasuransi. Dengan dilakukannya wawancara penulis mendapatkan pernyataan bahwa masyarakat beranggapan bahwa pendapatan berpengaruh jika masyarakat bergabung menjadi nasabah, pada kenyataannya sistem asuransi syariah berprinsip saling tolong-menolong. Prinsip tersebut dapat dikatakan bahwa asuransi syariah adalah solusi jangka panjang untuk masa yang akan datang, dengan kata lain apabila resiko meninggal terjadi maka asuransi akan menjadi solusi keuangan masyarakat.

Produk PRUCinta merupakan produk asuransi jiwa syariah yang dirancang untuk perlindungan kompherensif selama 20 tahun masa kepesertaan terhadap resiko meninggal dunia dan meninggal karena kecelakaan, Produk ini memiliki beberapa manfaat, seperti:

- a. 100% satuan asuransi atas beban dana Tabarru' dan nilai tunai atas beban dana nilai tunai apabila peserta yang diasuransikan meninggal dunia selama masa kepesertaan.
- b. Manfaat jatuh tempo dalam bentuk nilai tunai atas beban dana nilai tunai apabila peserta yang diasuransikan masih hidup sampai akhir kepesertaan dan polis tetap aktif.
- c. Perpanjangan masa kepesertaan tanpa pemeriksaan kesehatan sampai dengan usia peserta yang diasuransikan pada saat polis diperpanjang yaitu 70 tahun.
- d. Total 300% dari santunan asuransi atas beban dana Tabarru' dan nilai tunai atas beban dana nilai tunai jika peserta yang diasuransikan meninggal dunia karena kecelakaan sebelum usia 70 tahun.
- e. Total 400% santunan asuransi atas beban dana Tabarru' dan nilai tunai atas beban dana nilai tunai jika peserta yang diasuransikan meninggal dunia karena kecelakaan sebelum usia 70 tahun dalam periode 6 (enam) minggu sejak tanggal 1 (satu) ramadan yang ditetapkan oleh pemerintah republik indonesia.
- f. Pembagian surplus underwriting untuk pemegang polis sebesar 80%.

Minat masyarakat terhadap Produk PRUCinta mengalami kenaikan dalam kurun waktu 1 (satu) tahun . Terbukti dengan meningkatnya permohonan pembukaan polis yang dilakukan di kantor Asuransi Prudential Syariah Cabang Binjai. Masyarakat tertarik dengan produk PRUCinta ini dikarenakan harga premi yang cukup terjangkau ditambah lagi dengan adanya promo penurunan harga premi menambah minat masyarakat.

Dengan adanya promo ini masyarakat yang telah diprospek menganggap adanya peluang untuk memiliki asuransi jiwa sebagai bentuk perlindungan keuangan keluarga apabila resiko meninggal dunia dan meninggal dunia karena kecelakaan terjadi.

## BAB IV PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data dan pembahasan penulis menyimpulkan bahwa dalam menumbuhkan minat masyarakat pada PT. Asuransi Prudential Syariah, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk asuransi syariah yaitu (1) produk yang dipasarkan kepada masyarakat, (2) Promosi yang dilakukan oleh agency dari PT Asuransi Prudential Syariah kepada masyarakat yang sudah mengenal dan menggunakan jasa asuransi maupun yang belum memahami apa itu asuransi, (3) Pendapatan masyarakat tidak memiliki pengaruh ketika masyarakat itu menjadi nasabah prudential syariah dikarenakan jumlah premi dapat disesuaikan dengan jumlah pendapatan calon nasabah.

Kegiatan promosi tidak hanya dilakukan melalui *agency* tetapi juga seminar kepada masyarakat yang belum terlalu memahami asuransi. Adapun strategi promosi yang dilakukan oleh *agency* dan iklan yang dapat kita lihat di televisi, gadget, dan lainnya. Kegiatan promosi juga dilakukan secara bersamaan disetiap adanya kegiatan seminar umum mengenai asuransi.

### B. Saran

Pihak asuransi PT Prudential Syariah hendaknya melakukan hal-hal yang akan menarik minat konsumen seperti bazar atau pameran terkait produk-produk asuransi. Para agen juga hendaknya melakukan pendekatan dan melaksanakan profesinya dengan baik agar masyarakat lebih percaya dan dapat meningkatkan minat masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Rahmayanti.2018.Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah, Jurnal Kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik. ISSN: 22527-2772 Vol. 4 No. 1 Januari.
- Aslamia Soibatul Nasution, 2022. Nuri Aslami, Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah, El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam. P-ISSN :2620-295 E-ISSN : 2747-0490 Vol. 5 No. 2.PDF
- Ikhwan M. Mansyuri, 2020. Analisis Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Modal pada PT Asuransi Jiwa Bumiputera 1912 Kabupaten Dompu, Jurnal Pendidikan Tambusai. ISSN: 2614-3097, Vol. 4 No. 1.
- Khotijah Siti, 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Produk Rabbani, Jurnal Manajemen Bisnis, Vol.02 No. 03 Tahun 2013 Edisi Agustus.
- Aprianto Nico, Diah Ayu Candraningrum, Pengaruh Personal Selling Terhadap Minat Beli Produk PRULink Generasi Baru Nasabah Prudential Life Assurance Indonesia, Tarumanagara.
- Dyah Putu Permata, Korry Ayu Wendi, Widhia Pramesti, 2019. Analisis Preferensi Ketidaknyamanan Konsumen Terhadap Promosi Dan Personal Seller yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Serta Pemilihan Merek Pada Asuransi, Jurnal Satyaghara: ISSN 2620-6358, Vol. 02, No. 01 Februari-Juli 2019.
- Mutmainna, Tien Kumalasari, Asriany, 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Prudential Life Assurance Kota Makassar, Agrokompleks: Vol. 20 No. 2 Juli, [https://ppnp.e-journal/agro\\_ppnp](https://ppnp.e-journal/agro_ppnp)
- Tri Aryawan Raharja, Imroatur Khasanah, 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Diponegoro Journal Of Management: ISSN 2337-3792, Vol.4 No.1, <https://ejournal-s1.undip.ac.id>
- Kurniasari Maya, Minat Masyarakat Berasuransi Syariah (Studi Kasus DI Perusahaan Prudential Super Agency Cirebon 1), Cirebon.
- Roland Jancen Patty, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Produk Asuransi ( studi kasus

produk Sinarmas MSIG life link 88 pada PT. Asuransi Jiwa Sinarmas), Cita Ekonomika: Jurnal Ekonomi ISSN 1978-3612, Vol. 12 No. 2, Desember 2012, Ambon.

Roza Adhitya, Marabona Munthe, Analisis Minat Nasabah Terhadap Produk Takaful Link Salam Cendekia PT. Asuransi Takaful Keluarga Kantor Cabang Lancang Kuning Agency Pekanbaru, Jurnal Al-Amwal: Vol. 7, No.2, Desember 2018.

<https://www.prudential.co.id>, diakses pada 1 Februari 2022