

Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Jiwa Syariah (PRUCinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai

Audina Rizka Zahra¹, Yusrizal²

¹² Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

audinarizkazahra@gmail.com, yusrizal@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This study focuses on the effect of attractiveness on purchasing decisions for sharia life insurance products (PRUCinta) at PT. Prudential Syariah Binjai. Thus, this study aims to analyze the influence of attractiveness on purchasing decisions for sharia life insurance products (PRUCinta) at PT. Prudential Syariah Binjai. The method used in this study is to use a qualitative method that will reveal the social meaning of the phenomenon obtained through the research subject. The results achieved are the influence of the process of a product, service, process and tariff on purchasing decisions of sharia life insurance products at PT. Prudential Syariah Binjai.

Keywords: influence, attractiveness, decision

ABSTRAK

Dalam pengamatan ini berfokus pada pengaruh daya tarik terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai. Dengan demikian pengamatan ini bertujuan untuk menganalisis apa saja pengaruh daya tarik terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kualitatif yang akan mengungkap makna sosial dari fenomena yang didapatkan melalui subjek penelitian. Hasil pengamatan yang dicapai adalah berpengaruhnya proses sebuah produk, layanan, proses promosi dan tarif harga premi terhadap keputusan pembelian pada produk asuransi jiwa syariah pada PT. Prudential Syariah Binjai.

Kata Kunci: pengaruh, daya tarik, keputusan

PENDAHULUAN

Pada saat ini asuransi termasuk kebutuhan bagi setiap manusia, karena asuransi merupakan aplikasi keselamatan dalam wujud pengalihan bahaya keuangan atas meninggalnya atau keberadaan seorang tertanggung. Secara analogi, asuransi jiwa selalu disamakan dengan payung di rumah, jaket keberadaan di kapal atau pesawat terbang. Oleh karenanya, asuransi jiwa harus dipunyai bertujuan supaya keinginan finansial tidak terhalang karena bahaya bagi pencari nafkah di saat-saat yang efektif atau untuk mempersiapkan masa-masa tua yang damai dan kaya. Plus, asuransi bisa sangat bermanfaat pada saat-saat melainkan selalu tidak terpikirkan selama aman. Sehingga cakupan keberadaan bisa sangat diandalkan, terutama saat kondisi yang tidak diinginkan terjadi. PRUCinta merupakan produk pertanggungansian eksistensi syariah konvensional yang memberikan keamanan penuh selama dua dekade klub dari bahaya kematian dan kematian akibat kecelakaan.

Selain memberikan keamanan selama dua dekade, produk ini juga dapat diperpanjang tanpa ujian ilmiah dan berkat kedewasaan dalam bentuk Nilai Tunai atas harga Dana Nilai Tunai di akhir panjang klub, dan manfaat lainnya yang meliputi keselamatan dari bahaya kematian karena perubahan nasib sepanjang mudik. atau Kembali Idul Fitri. Ketentuan rinci mengenai perpanjangan panjang klub dapat dilihat di dalam Polis.

Putusan dari pembeli merupakan pertimbangan penting untuk memastikan bahwa bagaimana perusahaan selanjutnya menjalankan strategi pemasarannya adalah hal yang harus diperhatikan. Kecenderungan untuk mengambil tindakan yang relevan, diukur dengan kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dalam melakukan putusan dari pembeli oleh konsumen terkadang ada beberapa masalah yang menjadi penghambat dalam melakukan putusan dari pembeli produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai. Maka dari itu pada PT. Prudential Syariah Binjai mempunyai beberapa daya tarik sendiri yang membuat konsumen berhasil melakukan keputusan pembelian.

Masalah yang menjadi penghambat dalam melakukan putusan dari pembeli asuransi jiwa syariah (PRUCinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai yaitu kurangnya pemahaman tentang asuransi, kurang kepercayaan kepada asuransi, masalah ekonomi dan rasa trauma yang telah dialami sebelumnya pada produk dan perusahaan lain.

Beberapa penelitian paling dahulu hanya mengulas perihal aspek-aspek yang memengaruhi putusan pembelian, bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian, dan juga pengaruh karakteristik berkenaan putusan dari pembeli.

Berlandaskan pembahasan di atas, oleh dari itu penulis terpikat untuk melaksanakan pendalaman tentang pengaruh daya tarik produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) karena produk ini mempunyai premi yang terjangkau setelah pembayaran 10 tahun penuh maka 20 tahun kedepan sudah bebas premi, dan juga pengembalian kontribusi sebesar 100% di tahun ke 20. Jangka waktu kepesertaan produk ini adalah 20 tahun Produk ini juga melindungi nasabah jika terjadi kematian karena kecelakaan atau kecelakaan, dan dengan memaksimalkan bagi hasil, yang bisa mencapai 100% dari premi yang dibayarkan, sebesar manfaat pensiun menerima pembayaran.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif dikarenakan analisis fenomena, peristiwa, dinamika sosial, persepsi dan sikap masyarakat terhadap sesuatu juga mengacu pada prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini dilakukan pada PT. Prudential Syariah Binjai. Penelitian ini berlangsung pada tanggal 17 Februari-17 Maret 2022 dengan bapak Dino Ariandi, MM. CFP selaku pembimbing perusahaan, ibu Sungatmi selaku pembimbing magang, serta masyarakat di Binjai.

Informasi yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer yang merupakan informasi yang diterima dari sumber pertama, baik yang bersumber dari

individu contohnya hasil dari wawancara, atau yang bersumber dari hasil kuesioner yang dilaksanakan oleh pengamat (Husein Umar 2013).

Analisis informasi ini dimulai dengan wawancara, lalu mencatat poin-poin penting dari setiap wawancara tersebut. Analisis dilaksanakan sesudah mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian ini. Rangkaian tindakan analisis diawali dengan membaca, mengeksplorasi, menganalisis, dan menganalisis data menggunakan analitik. Berikutnya, pengamat menarik kesimpulan konkrit dari pengolahan data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh daya tarik sangat berperan penting terhadap pengambilan keputusan. Ada beberapa macam pengaruh daya tarik yang peneliti ketahui saat melakukan penelitian, yaitu :

1. Pengaruh daya tarik sebuah produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) terhadap keputusan pembelian

Hal utama yang menjadikan produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta) menjadi daya tarik adalah dengan membayar premi selama 10 tahun maka perlindungan 20 tahun kedepan tidak membayar premi lagi, dana kontribusi yang sudah dibayarkan ditahun ke 20 bisa dikembalikan jika nasabah ingin. Dari produk PRUCinta ini juga mempunyai manfaat yang menjadi daya tarik setiap nasabah dalam melakukan keputusan pembelian yaitu

- 1) Santunan Kematian: 100% santunan asuransi akan dibayarkan ke Dana Tabarru' dan nilai tunai akan dibayarkan ke Dana Nilai Tunai setelah pengajuan klaim. Manfaat asuransi disetujui oleh pengelola dan dibayarkan jika tertanggung menghadapi risiko kematian sebagaimana ditentukan dalam polis dan polis berakhir
- 2) Manfaat kematian karena kecelakaan: Jika tertanggung meninggal sebelum usia 70 tahun, 300% dari jumlah uang asuransi yang dibayarkan ke Dana Tabar dan nilai sekarang yang dibayarkan ke Dana Nilai Sekarang akan dibayarkan. Ketentuan polis dan polis telah dihentikan.
- 3) Manfaat Jatuh Tempo: Jika tertanggung masih hidup pada akhir masa pendaftaran, manfaat jatuh tempo akan dibayarkan dalam bentuk nilai tunai* dari Dana Nilai Tunai. Tabel nilai tunai pada akhir tahun polis ke-20.
- 4) Mudik Lebaran / Santunan Kembali: Jika tertanggung meninggal dunia sebelum usianya akibat kecelakaan, maka 400% dari nilai pertanggung asuransi dibebankan pada Dana Tabarru' dan nilai sekarang yang dibebankan pada Dana Nilai Sekarang harus dibayarkan. 70 dalam waktu 6 minggu sejak Ramadhan pertama yang ditentukan oleh Pemerintah Republik Indonesia sesuai dengan ketentuan Polis.

2. Pengaruh daya tarik promosi terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta)

Promosi merupakan suatu kegiatan yang menularkan calon konsumen supaya mereka dapat menandai produk yang dikenalkan sama perusahaan, kemudian konsumen terpicat dan ingin membeli produknya. Maka dari itu promosi berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian pada calon nasabah. Disaat peneliti melakukan penelitian pada masyarakat Binjai, masih banyak yang tak mengetahui tentang asuransi, apalagi pada produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta). Setelah melakukan promosi kepada masyarakat Binjai tentang produk PRUcinta, akhirnya mereka mengetahui apa itu asuransi, apa itu produk PRUcinta, apa manfaat yang akan diperoleh dari produk PRUcinta itu sendiri, dan bagaimana proses klaim dari produk PRUcinta. Setelah melakukan pengenalan, akhirnya mereka berhasil melakukan keputusan pembelian pada produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai.

3. Pengaruh daya tarik layanan terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai

Suatu layanan sangat berperan penting terhadap keputusan pembelian. Layanan-layanan yang dikasihkan oleh produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta) pada nasabah yaitu :

- 1) Satu-satunya wujud layanan nasabah adalah penyediaan Prudential Customer Service Center dan Prudential Call Center yang siap menangani segala keluhan nasabah.
- 2) Membayar premi bisa melalui Autodebit Kartu Kredit Visa, Master dan BCA Card, Autodebit Rekening Bank Permata, Mandiri, Danamon, dan juga bisa melewati ATM
- 3) Pihak perusahaan akan memberikan Periode peninjauan polis (free-look period) adalah 14 hari kerja. Harap gunakan waktu ini untuk membaca syarat dan ketentuan produk dengan cermat. Pelanggan juga dapat membatalkan aplikasi polis selama periode menonton gratis.

4. Pengaruh daya tarik harga premi terhadap keputusan pembelian produk asuransi jiwa syariah (PRUcinta)

Harga premi bisa menolong pembeli untuk menentukan aturan memperoleh keuntungan paling tinggi yang diinginkan berlandaskan kesanggupan membelinya. Sebagai itu, munculnya harga premi dapat menolong pembeli agar bisa mengambil keputusan cara bermacam versi jasa ataupun barang. Premi yang ditawarkan oleh perusahaan untuk produk PRUcinta adalah minimumnya Rp 300.000/bulan atau Rp 3.300.000/tahun.

Tabel 1 Tarif Harga Premi Serta Tarif Klaim Asuransi Jiwa Syariah

Sumber : Brosur Produk PRUcinta

Usia	Kontribusi Perbulan	Kontribusi Pertahun	Kontribusi 10 Tahun	Santunan Meninggal	Santunan Meninggal Karena Kecelakaan	Santunan Meninggal Kecelakaan Saat Ramadhan	Manfaat Jatuh Tempo
25	632.000	6.952.000	69.520.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	69.520.000
	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	8.008.000	80.080.000	1.000.000.000	3.000.000.000	4.000.000.000	80.080.000
	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
	572.000	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
	728.000	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	309.000.000
	1.584.000	17.424.000	174.240.000	500.000.000	1.500.000.000	2.000.000.000	174.000.000
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

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pengamatan dan pembahasan diatas hingga dapat diambil kesimpulannya yaitu sebuah produk, layanan, proses promosi dan juga tarif harga premi pada prduk asuransi jiwa syariah (PRUcinta) pada PT. Prudential Syariah Binjai sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat pengamat buat yaitu perusahaan wajib tetap melindungi kualitas pelayanan dan lebih memajukan lagi proses pengenalan produk yang telah dibuat agar bisa membantu masyarakat bisa mengalihkan risiko dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka dari Jurnal:

- Jacob, A. Aprilia, Lopian, S. L. H. V. Joyce dan Mandagie, Yunita. 2018. "PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN CITRA PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHITATO CHIPS PADA MAHASISWA FEB UNSRAT" dalam Jurnal EMBA Vol. 6 Nomor 2 (halaman 988-997). Manado: Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Kurniawan, Rizal Mahdi, Soesanto, Harry dan Sugiarto, J. "PENGARUH DAYA TARIK PRODUK, DAYA TARIK PELAYANAN, DAN DAYA SAING TARIF TERHADAP KEPUASAN NASABAH YANG BERDAMPAK PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI (Studi pada Agen BRILink Bank BRI Cabang Pati)". Diponegoro.
- Muttaqin, Hafidz Maulana, Kosim, Ahmad Mulyadi dan Devi Abrista. 2020. "Peranan Perbankan Syariah dalam Mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Masa Pandemi Covid-19: Study Riset di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Ahmad Yani Kota Bogor" dalam Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Vol 3 No 1 (halaman 110-119). Bogor: Universitas Ibn Khaldun Bogor.
- Riyanto, Kuwat. 2021 "Pengaruh Kepercayaan, Desain Website Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada tiket.com Di Bekasi". Dalam jurnal Pelita Ilmu Vol. 15 No. 01 (halaman 42-47). Bekasi: Universitas Pelita Bangsa.
- Situmeang, Ilona V. Oisina. "PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI COSMETIK WARDAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN" (halaman 1-13). Jakarta
- Tulanggow, Sharen G. Tumbel, Tinneke M. dan Walangitan, Olivia. 2019. "Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan pada Pembelian PT. Shopee International Inonesia di Kota Manado" dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 9 No. 3 (halaman 35-43). Manado.

Pustaka dari Skripsi:

- Devi, Lenggang Kurnia Intan. 2018 "PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)". Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Handoko, Rudi. 2020. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI STARBUCKS COFFEE". Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Pustaka dari Media Online:

- <https://www.prudential.co.id/id/life/prucinta/> diakses pada Sabtu, 23 April 2022.
Pukul 11:00 WIB.

Pustaka dari Brosur:

- Brosur produk asuransi jiwa syariah (PRUCinta)