

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari analisis dan pembahasan permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk Indonesia yang sebagian besar beragama Islam belum tentu merupakan peluang yang sangat penting untuk dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Hal senada juga hasil wawancara dengan para responden yaitu bapak Syaifie dan bapak Sangkut. Pemikiran bapak Syaifie berdasarkan hasil penelitian dari Synovate dan pemikiran bapak Sangkut berdasarkan pembagian orang ketiga kelas yaitu abangan, fanatik, serta yang rasional. Menurut bapak Sangkut, hanya orang yang fanatik saja yang banyak menjadi peserta asuransi syariah.
2. Aspek sosial budaya yang penting adalah tingkat wawasan seseorang bukan dari tingkat pendidikannya. Aspek politik dan hukum juga penting dalam perkembangan asuransi syariah. Aspek politik dan hukum yang penting adalah adanya peraturan perundangan yang mengatur secara khusus tentang asuransi syariah. Sampai dengan tahun 2008, di Indonesia belum ada peraturan perundangan yang kuat dalam memberikan legalisasi terhadap aktivitas bisnis asuransi syariah.
3. Kekuatan pemasok di industri asuransi jiwa syariah tidak kuat. Hal ini dikarenakan perusahaan dapat melakukan negosiasi terhadap harga premi dan manfaat yang akan diperoleh dengan pemasok. Dari segi kekuatan pembeli, pembeli individu tidak memiliki kekuatan yang kuat tetapi berbeda halnya dengan pembeli perusahaan yang mempunyai kekuatan yang lebih tinggi dari pembeli individu.
4. Pendetang baru dalam industri asuransi syariah terus bertambah. Ini akan mendatangkan ancaman bagi perusahaan dalam industri. Pada tahun 2008, sudah 10 perusahaan yang sedang menunggu ijin dari pemerintah untuk dapat beraktivitas dalam bisnis asuransi syariah. Dari segi ancaman

produk pengganti, ancaman yang serius berasal dari produk asuransi konvensional dan produk tabungan perbankan.

5. Perusahaan dalam industri asuransi syariah memiliki produk yang sama tetapi memiliki komposisi produk yang berbeda. Hal ini akan mendorong perusahaan asuransi syariah untuk melakukan difrensiasi dan fokus dalam mengembangkan pasar produknya.
6. Segmentasi produk Takaful Ukhuwah yaitu dengan mempertimbangkan segi pendapatan. Target konsumen yang dituju yaitu masyarakat ekonomi menengah bawah. Serta posisi produk ini yaitu sebagai produk asuransi dengan premi terjangkau sekaligus menolong ummah.
7. Strategi promosi yang dilakukan ATK dalam memperkenalkan produk Takaful Ukhuwah dilakukan dengan menggunakan beberapa media komunikasi. Media komunikasi yang digunakan diantaranya yaitu: PR dan publikasi, internet dan media interaktif, serta *personal selling*. Strategi promosi yang dilakukan ATK pada umum cukup efektif karena penggunaan media sesuai dengan STP produk Takaful Ukhuwah. Sedangkan dari posisi produk, penggunaan media promosi seperti internet dan media interaktif, PR, serta *personal selling* cukup efektif membantu pencitraan produk dipikiran konsumen.
8. *Personal selling* merupakan media promosi utama bagi perusahaan asuransi pada umumnya dan ATK pada khususnya. Pemilihan media ini dengan mempertimbangkan tiga faktor. Faktor pertama adalah karena produk asuransi membutuhkan penjelasan yang detail. Faktor kedua adalah karena faktor kesadaran masyarakat yang masih rendah. Oleh sebab itu, diperlukan edukasi yang lengkap dalam produk yang ditawarkan. Serta faktor ketiga adalah *personal selling* berperan *finishing tool* dari media promosi yang lain seperti internet, media interaktif, PR, publikasi, serta pemasaran langsung.
9. Dari media promosi yang dilakukan oleh perusahaan media, media promosi melalui *personal selling* merupakan media yang paling efektif dalam menjangkau calon konsumen berdasarkan STP produk Takaful Ukhuwah. Strategi *Personal selling* dilakukan dengan beberapa alat yaitu

melalui karyawan ATK, KOPKAR, Agen *free line*, BAZNAS, serta Kantor pos. *personal selling* yang efektif dalam mempromosikan produk tersebut yaitu melalui karyawan, BAZNAS, dan Kantor pos. Ketiga alat *personal selling* ini dapat menjangkau calon konsumen potensial produk Takaful Ukhuwah secara luas dan dapat mendukung posisi produk Takaful Ukhuwah.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan adalah:

1. ATK sebaiknya melakukan kerja sama dengan perusahaan asuransi syariah lainnya, pemerintah, tokoh masyarakat, serta pihak-pihak lainnya dalam melakukan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya berasuransi. Hal ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pengetahuan akan asuransi terutama bagi masyarakat menengah bawah.
2. ATK lebih agresif dalam mengembangkan strategi promosi melalui pemasaran langsung. Salah satu caranya yaitu dengan memberikan surat-surat kepada suatu perkumpulan atau kelompok masyarakat. Sebagai salah satu target konsumennya, suatu perkumpulan atau kelompok lebih dituju daripada konsumen individu. Hal ini karena biaya yang dibutuhkan per orang konsumen pada suatu kumpulan atau kelompok lebih rendah dari konsumen individu.
3. ATK dapat mengembangkan website-nya menjadi lebih baik. Pengembangan website bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mendapatkan informasi dan melakukan transaksi pembelian secara *on line*.
4. Dalam memasarkan produk Takaful Ukhuwah, ATK sebaiknya bekerja sama dengan Pemerintah dalam hal ini adalah Departemen Sosial (Depsos). Depsos membuat suatu program sosial untuk kesejahteraan masyarakat menengah bawah. Sehingga masyarakat tersebut dapat memiliki jaminan atau pembiayaan apabila mereka terkena musibah.

5. Melakukan promosi kepada kelompok pengajian yang besar seperti jemaah Daurat Tauhid, Muhammad Arifin Ilham, dan lain-lain. Hal ini dilakukan karena jemaah dari kelompok pengajian ini sangat besar dan memungkinkan untuk melakukan promosi kepada banyak orang dan kepada semua segmen.
6. Melakukan promosi PR dengan bekerja sama dengan organisasi sosial di masyarakat dan PT. Hal ini dilakukan dengan memsponsori kegiatan dan memberikan produk Takaful Ukhuwah kepada target acara yaitu masyarakat menengah bawah. Ini akan memberikan manfaat kepada ATK berupa tidak hanya diketahui oleh masyarakat tetapi juga mitra kerja sama seperti mahasiswa. Selain itu, ATK dapat bekerja sama dengan Partai Politik Islam seperti PKS dalam program sosial. Hal ini akan memberikan manfaat tidak hanya kepada pengetahuan akan produk Takaful Ukhuwah oleh anggota Partai Politik itu, tapi juga akan memperkuat citra produk yang Islami.