













investasi yang berbasis syariah yaitu produk *prulink syariah* yaitu *prulink syariah investor account* dan *prulink syariah assurance account*. Selain produk investasi *syariah* ada juga produk-produk yang ada di PT. Prudential Life Assurance yaitu *prumy child* adalah produk inovatif yang pertama di Indonesia yang menyediakan perlindungan jiwa terkait investasi untuk anak mulai saat masih dalam usia kandungan, dilahirkan, sampai ia dewasa kelak, *prulink edu protection* merupakan produk terkait investasi yang memberikan santunan dana setiap bulannya saat risiko terjadi, *prulink syariah edu protection* merupakan solusi asuransi jiwa terkait investasi (*unit link*) komprehensif yang bertujuan untuk membantu orang tua mewujudkan impian masa depan pendidikan anak dengan memberikan perlindungan jiwa dan *finansial* keluarga yang dirancang khusus untuk membantu melindungi dana pendidikan anak, *prulink fixed pay* adalah produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*) yang dirancang untuk memberikan fleksibilitas yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan di setiap tahapan kehidupan dengan manfaat kematian yang dijamin dan pilihan periode pembayaran premi yang pasti, selama 7, 10, 15 atau 20 tahun.

*Prulink investor account* merupakan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*) dengan pembayaran premi satu kali yang menawarkan berbagai pilihan dana investasi, *prulink syariah assurance account* adalah produk asuransi jiwa terkait investasi berdasarkan prinsip *syariah* dengan pembayaran kontribusi secara berkala yang memberikan fleksibilitas tak terbatas yang memungkinkan peserta atau nasabah untuk



Jenis akad yang digunakan dalam produk *prulink syariah* akad yang sesama pemilik polis/peserta menggunakan akad *tabarru'* dan akad yang digunakan antara pemilik polis/peserta dengan perusahaan asuransi syariah adalah menggunakan akad *tijārah*. Dalam produk *prulink syariah* di prudential life assurance pru future team ponorogo tidak lepas menghindari suatu risiko, namun dalam produk *prulink syariah* dalam meminimalisasi risiko dengan menggunakan azaz *risk sharing*.

Salah satu badan perusahaan asuransi yang ada di Indonesia adalah PT. Prudential Life Assurance. Prudential Indonesia telah menjadi pemimpin pasar dalam penjualan produk asuransi jiwa yang dikaitkan dengan investasi (*unit link*) sejak produk yang diluncurkan pada tahun 1999. Salah satu produk yang diminati oleh para peserta polis adalah investasi, terdapat banyak jenis produk investasi yang terdapat di PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo produk *prulink syariah* produk investasi dan asuransi jiwa lainnya. Produk *prulink syariah* berkembang di masyarakat merupakan produk yang menjadi pilihan dalam berinvestasi, perkembangan produk *prulink syariah* sejak tahun 2014 di tawarkan untuk menjadi pilihan investasi yang menggunakan prinsip *syariah*.

Pada umumnya produk *prulink syariah* menargetkan untuk masyarakat, namun dalam perkembangannya masyarakat yang tertarik untuk menggunakan produk *prulink syariah* adalah masyarakat menengah hingga menengah keatas, namun di produk *prulink syariah assurance account* masyarakat menengah lebih berminat persyaratan mudah serta ringan





faktor internal perusahaan, sedangkan *Opportunity* dan *Treats* timbul dari faktor eksternal perusahaan. Secara terperinci faktor-faktor tersebut diperinci sebagai berikut:<sup>16</sup>

*Strenght*, setiap perusahaan perlu menilai kekuatan dan kelemahannya dibandingkan para pesaingnya. Penilaian tersebut dapat didasarkan pada faktor-faktor seperti teknologi, sumber daya finansial, kemampuan manufaktur, kekuatan pemasaran, dan bisnis pelanggan yang dimiliki. *Strenght* (kekuatan) adalah keahlian dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

*Weakness*, merupakan keadaan perusahaan dalam menghadapi pesaing mempunyai keterbatasan dan kekurangan serta kemampuan menguasai pasar, sumber daya serta keahlian. Jika orang berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa dilihat pada sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk yang tidak atau kurang diminta oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

---

<sup>16</sup>Hakim Simanjuntak, "Pengertian SWOT", dalam <http://searchglobalonline.blogspot.com/2013/02/pengertian-swot.html?m=1>, diakses pada 27 Maret 2016.

*Opportunity*, setiap perusahaan memiliki sumber daya yang membedakan yang membedakannya dari perusahaan lain. Peluang dan terobosan atau keunggulan bersaing tertentu dan beberapa peluang membutuhkan sejumlah besar modal untuk dapat dimanfaatkan. Di pihak lain, perusahaan-perusahaan baru bermunculan. Peluang pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan.

*Treats*, adalah tantangan yang diperlihatkan atau diragukan oleh kecenderungan atau suatu perkembangan yang tidak menguntungkan dalam lingkungan yang akan menyebabkan kemerosotan kedudukan perusahaan. Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

Hal ini yang akan dianalisis oleh peneliti, karena melihat minat dari peserta polis dari PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo yang besar untuk melakukan asuransi dengan menggunakan akad *tabarru'* juga akan mempengaruhi strategi pemasaran yang ada di dalam produk *prulink syariah* sehingga dapat mengurangi resiko ancaman dari eksternal. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti dalam sebuah bentuk skripsi dengan judul “**Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Pada Produk PRUlink Syariah Di PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo**”.





Kedua, yaitu penelitian yang berjudul “Analisis SWOT Terhadap Pembiayaan Wirausaha Hasanah Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Produktif Di PT. Bank BNI Syariah Cabang Surabaya Tahun 2011-2012”<sup>19</sup> oleh Ana Sayidatul Chamidah. Penelitian ini menunjukkan tentang pembiayaan wirausaha hasanah yang dapat meningkatkan pertumbuhan usaha produktif di Bank BNI Syariah.

Ketiga, yaitu penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Asuransi Jiwa Pada Produk Tabungan Berencana BSM di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya”<sup>20</sup> oleh Hairu Rizal. Penelitian ini lebih menitikberatkan pembahasannya pada produk asuransi secara umum apakah telah sesuai pada ketentuan hukum Islam yang berlaku atau tidak.

Keempat, yaitu penelitian yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan *Risk Sharing* Dalam Asuransi Syariah Di Kantor Agency Prudential Life Assurance Cabang Surabaya” oleh Idah Fitria. Penelitian ini lebih menitikberatkan pembahasan pada penerapan *risk sharing* di Agency Prudential Life Assurance cabang Surabaya yang sesuai dengan hukum syariah islam dalam asuransi.<sup>21</sup>

Kelima, yaitu penelitian yang berjudul : ”Tinjauan Hukum Islam Atas Laba Tertahan (*Retained Sharing*) Pada Produk PRUlink Syariah Assurance

---

<sup>19</sup> Ana Sayidatul Chamidah, “Analisis SWOT Terhadap Pembiayaan Wirausaha Hasanah Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Produktif di Bank BNI Syariah Cabang Surabaya Tahun 2011-2012”, (Skripsi--UINSA, Surabaya, 2014).

<sup>20</sup> Hairu Rizal, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Asuransi Jiwa pada Produk Tabungan Berencana BSM di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya”, (Skripsi-- IAIN Sunan Ampel, Surabaya, 2012).

<sup>21</sup> Idah Fitria, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penerapan *Risk Sharing* dalam Asuransi Syariah di Kantor Agency Prudential Life Assurance Cabang Surabaya”, (Skripsi--IAIN, Surabaya, 2009).























pustaka, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II, merupakan landasan teori yakni memuat strategi pemasaran yaitu empat P bauran pemasaran yaitu *product*, *price*, *promotion* dan *place*, teori tentang asuransi konvensional dan asuransi *syariah*, analisis SWOT yaitu definisi analisis SWOT, fungsi, manfaat dan tujuan analisis SWOT, mekanisme serta analisisnya yang merupakan *Strenght* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis) dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan).

Bab III, dalam bab ini membahas tentang hasil penelitian, yang berisi gambaran umum tentang profil PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo yang meliputi diantaranya: latar belakang berdirinya PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo, visi dan misi perusahaan, badan hukum PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo, struktur organisasi dan *job description*, produk *prulink syariah* meliputi: prosedur ketentuan umum polis tentang produk, serta strategi pemasaran pada *prulink syariah* di PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo.

Bab IV, bab ini merupakan analisis strategi pemasaran pada produk *prulink syariah* dan analisis SWOT terhadap strategi pemasaran terhadap produk *prulink syariah* di PT. Prudential Life Assurance PRU Future Team Ponorogo.

