

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka dalam skripsi yang berjudul “Peningkatkan Pangsa Pasar Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga RO (Representative office) Sidoarjo Dalam Perspektif Pemasaran Islam”, dapat penulis simpulkan sebagai berikut :

1. PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo telah mengaplikasikan pemasaran syariah sejak tahun 2013. PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo dalam pemasaran syariah menerapkan empat karakteristik yaitu:
 - a. teitis (rabbaniyah) yang dimaksudkan disini adalah para agen PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo diwajibkan meninggalkan apa yang dilarang oleh Allah SWT, dan dianjurkan menghafal juz 30 (juz amma) bagi para agen yang jabatannya tinggi.
 - b. Etis (akhlaqiyah), yang dimaksudkan disini ialah para agen PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo dianjurkan untuk saling menjaga perilaku, para agen harus memahami perilaku yang baik menurut agama, seperti ketika para agen pria dan wanita ditugaskan mencari peserta diluar maka pria dan wanita tersebut dilarang untuk merboncengan bahkan bergandengan.

- c. Realitas (al- waqiyah) yang dimaksudkan disini ialah PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo sangat transparansi, para agen diwajibkan menjelaskan profil PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo secara jelas tanpa ada yang ditutup-tutupi, menjelaskan sesuai dengan kenyataannya.
 - d. Humanis (insaniyah) dan yang dimaksudkan dalam karakteristik marketing syariah yang terakhir ini ialah para agen PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo diajarkan untuk saling berbaur antar sesama tanpa memandang suku, ras, agama, bahkan status sosial. Mereka para agen PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo telah dididik bahwa semua manusia itu sama yang membedakan hanyalah ketaqwaan kepada Tuhan yang maha esa.
2. Untuk strategi peningkatkan pangsa pasarnya, PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo menerapkan tiga strategi yaitu *differentiation*, *marketing mix* dan *selling* dan juga menerapkan empat karakteristik yaitu teitis, etis, realistik, dan humanistik. Dari segi diferensiasi PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo telah menerapkan bentuk diferensiasi yang maksimal dari segi produk dan akseptasi. Dari segi *marketing mix* PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo telah

mengemas *product, price, promotion* dan *place* sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Namun dari segi *promotion*, untuk produk yang ditawarkan oleh PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo kurang maksimal. Dan dari segi *place* atau *distribution* kurang menjangkau seluruh masyarakat. Sedangkan untuk *selling*, PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo telah melakukan pendekatan secara *spiritual* dan *emotional* agar jalinan yang terjalin dalam *selling* itu berlangsung lama. Dengan menjalin hubungan baik dengan peserta asuransi, kepercayaan dari peserta asuransi dapat terjaga. Dan hubungan tersebut dapat meningkatkan pangsa pasar PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo. Empat karakteristik yang berhubungan dengan strategi pemasaran yaitu teitis (rabbaniyah), Etis (akhlaqiyah), Realitas (al-waqiiyah), Humanis (insaniyah) itu juga berpengaruh dalam meningkatkan pangsa pasar PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo. Selain itu strategi yang digunakan oleh PT. Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo untuk meningkatkan pangsa pasar yaitu dengan adanya pameran, membuka pasar, memberi proposal diberbagai perusahaan dan refrensi dari keluarga peserta. Akan tetapi untuk perindividu agen PT Asuransi Takaful keluarga RO (Representative office) Sidoarjo mempunyai strategi tersendiri untuk menarik peserta contohnya Bapak Toifan, beliau rela bangun subuh

dan pulang malam untuk mendapatkan target dengan prinsip silaturahmi

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil menganalisa penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, penulis memberikan saran-saran kepada PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo yaitu sebagai berikut :

1. Dari penerapan pemasaran syariah yang telah diterapkan sejak berdirinya PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo, hendaknya konsep pemasaran syariah tersebut dapat ditingkatkan lagi sehingga dari penerapan syariah marketing tersebut, PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo akan mencapai hasil yang lebih maksimal dari segi pencapaian target dan upaya peningkatan pangsa pasarnya.
2. Untuk mencapai target yang telah ditentukan oleh PT. Asuransi Takaful Keluarga Pusat, hendaknya PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo dapat melakukan *segmentation, targetting* dan *positioning* secara menyeluruh terhadap pasar sasaran, agar mencapai target yang telah ditentukan oleh Asuransi Takaful Keluarga Pusat. Dan perlu adanya usaha yang maksimal untuk mencapai terget tersebut namun tetap menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menentukan *segmentation, targetting* dan *positioning*.

3. Untuk penerapan strategi pemasaran syariah yang telah diterapkan di PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo yaitu dari segi *differentiation*, *marketing mix* dan *selling*, perlu adanya usaha yang lebih maksimal dari segi bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu dari segi *promotion* dan *place* atau *distribution*. Untuk segi *promotion* perlu adanya promosi yang maksimal dari PT. Asuransi Takaful Keluarga (RO) Sidoarjo seperti promosi di media elektronik dan media cetak untuk memperkenalkan produknya ke semua lapisan masyarakat. Dan dari segi *place* atau *distribusi* perlu adanya pemasar yang terjun langsung ke semua lapisan masyarakat untuk memperluas pangsa pasar ataupun untuk membuka kantor cabang yang dapat dijangkau oleh peserta asuransi.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan petunjuknya kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Dengan demikian penyusunan skripsi sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam telah diselesaikan. Penulis sadar bahwa apa yang dipaparkan dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi penulisan, bahasa maupun isi yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis untuk lebih baiknya penulisan berikutnya. Penulis mengharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Amin