

**Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam
Mmpertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah**

Indry Anggraini Putri¹, Nuri Islami²

UIN Sumatera Utara

anggrainiindry7@gmail.com¹, nuriaslami@uinsu.ac.id²

ABSTRACT

This review expects to investigate the advertising procedure of PT Prudential's representatives in keeping up with the devotion of prulink sharia clients. This examination technique utilizes engaging subjective strategy with information investigation, in particular information assortment, interviews, information show and end drawing. The consequences of the review propose that in keeping up with client unwaveringness the advertising techniques of PT Prudential's representatives are right off the bat by giving intermittent data to clients, besides assembling individual associations with clients. Considering that there are as yet many individuals who don't comprehend the significance of protection, it is a chance for advertisers to give protection instruction to the public so they can grow the sharia protection business.

Watchwords: methodology, client devotion, specialist.

ABSTRAK

Kajian ini diharapkan dapat mengkaji prosedur periklanan perwakilan PT Prudential dalam menjaga kesetiaan nasabah prulink syariah. Teknik pemeriksaan ini menggunakan strategi subyektif yang menarik dengan penyelidikan informasi, khususnya pengumpulan informasi, wawancara, pertunjukan informasi dan penggambaran akhir. Konsekuensi dari tinjauan tersebut mengusulkan bahwa dalam menjaga keteguhan klien teknik periklanan perwakilan PT Prudential adalah langsung dengan memberikan data intermiten kepada klien, selain merakit asosiasi individu dengan klien. Mengingat masih banyak individu yang belum memahami arti dari proteksi, maka menjadi peluang bagi pengiklan untuk memberikan arahan proteksi kepada masyarakat agar dapat mengembangkan bisnis proteksi syariah.

Kata kunci: metodologi, pengabdian klien, spesialis.

PENDAHULUAN

Pergantian peristiwa dan perluasan penggunaan administrasi perlindungan dari tahun ke tahun telah menjadi keresahan di kalangan masyarakat umum. Hal ini terlihat dengan merebaknya persaingan antar organisasi penyelenggara perlindungan. Menampilkan latihan sebagai salah satu latihan fungsional organisasi adalah hal penting yang digunakan untuk memperluas kesepakatan dan menyajikan tenaga kerja dan produk yang akan diusulkan kepada masyarakat umum. Pamer adalah salah satu hal yang umumnya terlihat dan ada dalam setiap fungsi yang dilakukan dalam bisnis. Mempromosikan secara signifikan mempengaruhi pencapaian suatu organisasi untuk memenuhi sebagian besar industri secara keseluruhan.

Salah satu yang luar biasa adalah produk unit connect syariah yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia secara keseluruhan dan masih mendominasi bisnis proteksi. Pada kenyataannya barang ikat bukan barang baru dalam perlindungan, karena dalam perlindungan adat, barang ikat juga merupakan barang tak tertandingi. Item unit-connected adalah item perlindungan yang direncanakan dengan menghubungkan item life coverage (terhubung) dengan instrumen ventura. Tujuannya adalah sebagai item pilihan yang memberi pemegang polis kemampuan beradaptasi untuk langsung mendapatkan keuntungan usaha mereka.

Salah satu agen asuransi utama yang telah berpartisipasi dalam pekerjaan untuk menghadirkan item unit connect di Indonesia adalah PT. Prudential Insurance, yang kemudian ditindaklanjuti dan disempurnakan oleh lembaga asuransi lainnya.

Dalam memperluas fokus bisnis suatu barang, diperlukan metodologi periklanan. Suatu barang tidak akan dibeli dan secara mengejutkan tidak jelas dengan asumsi pembeli tidak memiliki gagasan yang kabur tentang penggunaan dan manfaat di mana barang tersebut dapat diperoleh dan biaya barang organisasi harus diberikan data yang jelas dan lengkap. Dengan asumsi sistem promosi dijalankan dengan baik, maka pada saat itu, target bisnis juga akan diyakini dapat dibangun, yang ditunjukkan oleh kemampuan organisasi untuk melakukan teknik periklanannya.

METODE PENELITIAN

Jenis strategi eksplorasi yang digunakan dalam ulasan ini adalah penelitian ilmiah yang jelas, khususnya melalui pencipta yang menggambarkan masalah berdasarkan informasi terkini dan kemudian menyelidiki lebih lanjut untuk mencapai penentuan. Pemeriksaan ilustratif

dimaksudkan untuk menggambarkan kualitas suatu keadaan dan hanya menggambarkan suatu gambaran (informasi dan data) dalam pandangan realitas yang diperoleh dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran

Arti kata pamer menurut pandangan syariah adalah segala macam gerakan yang dilakukan dalam latihan bisnis sebagai latihan penciptaan yang bernilai yang memungkinkan setiap individu yang melakukannya untuk berkreasi dengan menggunakan manfaatnya tergantung pada keaslian, kewajaran, penerimaan, dan kebenaran sebagai sesuai standar siklus kesepakatan. Muamalah Islam atau pengaturan kesepakatan dalam Islam. Menampilkan standar dalam Islam harus mengandung kualitas kepercayaan yang mewakili usaha, keuntungan, kepercayaan dan bantuan. Mengingat pernyataan dari KH. Didin Hafidhuddin, Islam yang diterapkan (gema insani press, 2003) dalam budaya kerja dalam organisasi dengan kehalusan syariah Islam harus mengandung komponen amanah (shiddiq), mantap (istiqomah), cerdas (fathanah), sadar (amanah), dan penyambutan (tabligh).).

Dalam bahasa syariat, iklan yang mendalam adalah derajat "pameran langit", yang mengingat fakta bahwa secara keseluruhan tidak ada yang bertentangan dengan pedoman muamalah (bisnis syariah), itu mengandung sifat-sifat cinta, yang menjadikannya puncak paling tinggi dalam berpromosi atau muamalah. Seorang Muslim yang baik, dalam pertukaran muamalahnya, untuk situasi ini menunjukkan, terlepas dari apakah sebagai pemimpin organisasi, pemilik, pengiklan, pesaing, atau sebagai klien, harus menggunakan standar kesetaraan, keaslian, keterusterangan, moral dan kualitas etika sebagai napas dalam setiap jenis pertukaran.

B. Loyalitas Nasabah

Keteguhan klien adalah janji untuk bertahan secara mendalam untuk membeli kembali atau memilih kembali produk atau layanan yang dipilih dengan andal di kemudian hari, meskipun dampak situasi dan upaya periklanan dapat menyebabkan perubahan sosial. Dalam lingkungan bisnis, dedikasi digunakan untuk menggambarkan keteguhan klien untuk terus memilih bisnis dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan tenaga kerja dan produk berulang kali, dengan sengaja meresepkan produk dan layanan organisasi kepada orang lain. Kesetiaan klien merupakan penampilan dan kelanjutan dari loyalitas konsumen dalam memanfaatkan kantor dan administrasi yang diberikan oleh organisasi dan untuk tetap menjadi klien organisasi.

Ada beberapa manfaat yang akan diperoleh oleh organisasi dengan asumsi memiliki klien yang setia, khususnya:

1. Dapat mengurangi biaya pemasaran, karena untuk menarik pelanggan yang baru akan lebih banyak mengeluarkan biaya;
2. Dapat mengurangi biaya transaksi;
3. Dapat mengurangi biaya turn over konsumen karena pergantian konsumen yang lebih sedikit;
4. Dapat meningkatkan penjualan silang, sehingga akan memperbesar pangsa pasar perusahaan;
5. Mendorong word of mouth yang lebih positif hingga diasumsikan bahwa pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang merasa puas;
6. Dapat mengurangi biaya kegagalan seperti biaya pergantian.

Loyalitas konsumen adalah kunci dalam membuat klien tidak tergoyahkan. Periklanan tidak dapat tinggal sendirian dalam memberikan insentif yang lazim bagi klien. Terlepas dari kenyataan bahwa pengiklan mengambil bagian penting, promosi harus menjadi kaki tangan dalam menarik, mempertahankan dan mengembangkan klien.

C. Unit Link Syariah

Antarmuka unit syariah adalah program perlindungan dan usaha dengan aturan Islam yang umumnya disebarkan oleh spesialis perlindungan. Arti dari unit interface adalah campuran antara spekulasi dan keamanan, dalam pengaturan moneter kedua hal ini harus dimiliki. Selain mengamankan diri mereka dengan perlindungan, klien juga dapat berkontribusi untuk apa yang akan datang.

Item antarmuka unit memberikan komponen asuransi yang tersedia sekaligus memberikan jaminan terhadap kehidupan. Untuk sementara, usaha menyertai sejumlah aset yang dibagikan yang disumbangkan dan diawasi oleh administrator spekulasi yang dapat diandalkan. Item perlindungan yang ditawarkan dapat berupa cakupan perawatan kesehatan atau keamanan ekstra, namun biasanya diiklankan dalam paket yang lebih menarik bagi masyarakat umum, seperti dana investasi masa depan atau perlindungan sekolah. Klien perlindungan unit connect membayar luar biasa setiap jangka waktu tertentu, biasanya dari bulan ke bulan. Yang penting, unit interface klien membayar biaya dalam dua partisi, segmen biaya asuransi dan segmen spekulasi. Biaya keamanan bekerja setara perlindungan standar. Sedangkan bagian usaha yang akan dibuat jatuh tempo

Dalam syariah unit-connected, sisi perlindungan menggunakan aturan bahaya bersama. Sedangkan akad yang digunakan adalah akad pendelegasian (wakalah bil ujah) dengan alasan bahwa organisasi adalah pemegang amanah (mudharib) sedangkan klien adalah investor/pemilik (shahibul mal). Akad wakalah bil ujah atau memanfaatkan akad bagi hasil (mudharabah) ini untuk biaya perlindungan. Dalam spekulasi, hubungan unit syariah hanya dapat ditempatkan pada pos moneter yang sesuai dengan syariah, misalnya dana investasi di bank syariah, simpanan di bank syariah, surat berharga syariah (sukuk) dan saham syariah yang tercantum dalam Daftar Efek Syariah (DES).

D. Strategi Pemasaran Agen PT Prudential Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Prulink Syariah

Cara untuk menjaga kesetiaan klien adalah sebagai berikut:

1. Berikan data intermiten kepada klien

Spesialis memastikan pengungkapan materi dan data yang berlaku sehubungan dengan eksekusi, kondisi moneter dan data lainnya dengan cara yang jelas dan tersedia secara efektif. Data yang akan diberikan kepada klien seperti laporan presentasi prulink secara konsisten, memberikan informasi yang segar, misalnya laporan tahunan, hasil kerja triwulanan. Standar keterusterangan ini tidak mengurangi komitmen untuk memastikan data rahasia klien sesuai dengan undang-undang dan pedoman permanen. Unit connect merupakan daya tarik tersendiri, misalnya manfaat keamanan atau perlindungan selain dana investasi, jaminan perencanaan jika terjadi sesuatu yang mendadak, yang memerlukan pembiayaan klinik kesehatan. Cadangan dana untuk spekulasi saat ini atau jangka panjang.

2. Status strategi klien

Untuk spesialis deklarasi sebagai pengelola keuangan, ini akan membantu mereka mengubah cara mereka berurusan dengan klien, dengan kemampuan lebih, komisi spesialis akan lebih tinggi daripada yang lain. Dukungan sebagai pengelola keuangan akan memberdayakan spesialis perlindungan untuk melihat dan memandu risiko keuangan kliennya, kemudian melacak pengaturan terbaik.

Sebagai jenis tanggung jawab jangka panjang dalam menawarkan dukungan terbaik untuk bekerja pada sifat fakultas menampilkan organisasi (spesialis). Prudential mendirikan FISIP Training Center Universitas Indonesia sebagai salah satu yayasan untuk memberikan program-program persiapan di bidang moneter bagi para ahli moneter yang ingin memperluas wawasan dan bersiap-siap untuk ujian deklarasi untuk mendapatkan gelar Registered Financial

Planner (RFP). Para ahli akan dilengkapi dengan dominasi persiapan keuangan dan membahayakan informasi dewan.

Kualitas administrasi dapat mempengaruhi kesetiaan klien secara langsung dan mempengaruhi keandalan klien secara tidak langsung melalui pemenuhan. Kualitas administrasi mendesak klien untuk fokus pada item dan administrasi organisasi sehingga mempengaruhi perluasan bagian dari item. Kualitas administrasi sangat penting dalam menahan klien untuk waktu yang cukup lama.

3. Buat asosiasi individu dengan klien

Dalam mengikuti dan bekerja di pasar saat ini, spesialis akan berusaha untuk secara konsisten berbicara dengan klien dengan memperkuat asosiasi dengan klien (pelanggan) dan membantu mencapai koherensi inklusi. Hadiah untuk setiap pembelian barang/administrasi dapat diberikan kepada klien. Klien membutuhkan apresiasi atas bantuan mereka dalam mendukung pengembangan bisnis. Memperluas pengulangan korespondensi dapat memperkuat keandalan klien. Kontak tidak perlu berhenti ketika klien telah membeli item. Cobalah untuk tidak menindaklanjuti kesepakatan untuk menjamin bahwa klien senang dengan barang yang diiklankan.

KESIMPULAN

Pergantian peristiwa dan perluasan penggunaan administrasi perlindungan dari tahun ke tahun telah menjadi keresahan di kalangan masyarakat umum. Hal ini terlihat dengan merebaknya persaingan antar organisasi penyelenggara perlindungan. Latihan periklanan sebagai salah satu latihan fungsional organisasi adalah hal penting yang digunakan untuk membangun kesepakatan dan mempresentasikan tenaga kerja dan produk yang akan ditawarkan kepada orang-orang pada umumnya. Teknik yang dicoba oleh PT Prudential ini sangat membuahkan hasil dengan pembayaran premi atau benefit yang terus meningkat setiap tahunnya.

1. Ada beberapa teknik yang dicoba oleh PT Prudential dalam menjaga komitmen pelanggan, secara eksplisit: Menyediakan data pelaksanaan organisasi yang secara konsisten dijawab kepada klien dan orang pada umumnya, untuk mengetahui latihan organisasi.

2. Kemajuan dalam inovasi data digunakan oleh PT Prudential sebagai kemajuan yang dikembangkan lebih lanjut dengan tujuan agar klien tidak perlu pergi ke kantor proteksi untuk melakukan pengecekan, pada dasarnya dengan masuk ke web atau membuka web Prudential, klien bisa mendapatkan data yang mereka butuhkan.

3. Korespondensi yang terus-menerus oleh para spesialis kepada klien untuk membangun koneksi jangka panjang yang hebat dan memperluas hubungan spesialis.

Daftar Pustaka

- Ali, A. Hasyim. 1993. *Pengantar Asuransi*. Jakarta : Bumi Aksara, 1993.\
- Amrin, Abdullah. 2006. *Asuransi Syariah*. Jakarta : PT Elex Media Computindo, 2006.
- Prihartoro, Muhammad Wahyu. 2001. *Manajemen Pemasaran dan Tata Usaha Asuransi*. Yogyakarta : Kanisius, 2001.
- 2004. *Konsep dan Penerapan Asuransi Jiwa Unit Link : Proteksi Sekaligus Investasi*. Yogyakarta ; PMM, 2004
- Sula, Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung :PT Mizan Pustaka, 2006.
- <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/13/12/12/mxok02-agen-asuransi-syariah-harus-bersertifikat>.
- http://www.prudential.co.id/corp/prudential_in_id/header/abouts/index.html.