

Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Polis Asuransi

Annisa Sulistianti, N Eva Fauzia, Ilham Mujahid

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

annisa.sulistianti@gmail.com, eva.fauziah@unisba.ac.id, ilhammujahid@unisba.ac.id

Abstract— Digital media has become a lifestyle due to technological advances and is used for commercial purposes. Digital marketing is a marketing medium that greatly influences the company's profits. Especially companies engaged in services. One company that markets its products using digital media is an insurance company. The insurance company has issued a new product namely endowment of the insurance policy in which the results of investment insurance owned by the policyholder are represented. Insurance companies in Indonesia that have issued waqf products are PT Prudential Life assurance, PT Allianz Life Indonesia, PT Sun Life Financial, PT Axa Mandiri. This study aims to analyze the effect of digital marketing on the interests of insurance society and insurance companies which are the most dominant interests of the public. The research method uses quantitative methods. The data used are secondary data and primary data with questionnaire data collection techniques through Google Form. Simple linear regression data analysis technique. The results showed that the digital marketing variable had a significant effect on people's interest variables with a significant value of 0.689. And the coefficient of determination (R²) 0.499 or 49% affect the independent variable. The most popular insurance company by the public is PT Prudential Life Assurance with a score of 356 or 29%.

Key words— *Digital Marketing, Waqf Insurance Policy, Public Interest, Influence.*

Abstrak— Media digital telah menjadi gaya hidup akibat kemajuan teknologi dan dimanfaatkan untuk kepentingan komersial. Digital marketing merupakan media pemasaran yang sangat memberikan pengaruh terhadap keuntungan perusahaan. Terutama perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Salah satu perusahaan yang memasarkan produknya menggunakan media digital yaitu perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi tersebut telah mengeluarkan produk baru yaitu wakaf polis asuransi yang mana hasil investasi asuransi yang dimiliki oleh pemegang polis diwakafkan. Perusahaan asuransi di Indonesia yang telah mengeluarkan produk wakaf adalah PT Prudential Life assurance, PT Allianz Life Indonesia, PT Sun Life Financial, PT Axa Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap minat masyarakat berwakaf polis asuransi dan perusahaan asuransi mana yang paling dominan diminati oleh masyarakat. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan data sekunder dan data primer dengan teknik pengumpulan data kuisioner melalui google form. Teknik analisis data regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel digital marketing berpengaruh signifikan terhadap variabel minat masyarakat dengan nilai signifikan sebesar 0,689. Dan nilai koefisien determinasi (R²)

0,499 atau 49% mempengaruhi variabel independent. Perusahaan asuransi yang paling diminati oleh masyarakat yaitu PT Prudential Life Assurance dengan skor 356 atau 29%.

Kata kunci— *Jual Beli, Ayam Bangkok Petarung, Hukum Islam.*

I. PENDAHULUAN

Saat ini telah masuk era globalisasi, dimana orang itu berlomba – lomba untuk semakin produktif. Media digital telah banyak mendukung atas kemajuan teknologi, yang mana mempunyai manfaat untuk kepentingan komersial. Salah satu dari kepentingan komersial ini adalah komunikasi pemasaran. Untuk meningkatkan pendapatan suatu perusahaan, maka divisi pemasaran harus mampu menentukan media pemasaran/ channel yang paling efektif untuk menarik konsumen. Semakin berkembangnya zaman, tren media pemasaran secara offline pun telah berubah menjadi pemasaran online atau digital marketing.

Digital Marketing adalah perkembangan dari marketing yang menggunakan internet yang dijadikan alat dalam strategi marketing. Marisson 2010 menyatakan bahwa internet mempunyai jaringan yang global dan menjadi media promosi yang sangat efektif dan alat bantu promosi yang sangat tangguh untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat dan tepat. Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat dan penerimaan dari masyarakat yang cukup luas, menyebabkan pemasaran yang digital menjadi salah satu channel utama bagi perusahaan.

Digital marketing kini menjadi strategi pemasaran yang paling penting bagi perusahaan, salah satunya adalah perusahaan asuransi. Perusahaan asuransi telah mengeluarkan produk wakaf polis asuransi yang dipasarkan melalui digital marketing. Wakaf polis asuransi merupakan salah satu bagian perkembangan dari bentuk ibadah wakaf yang kini tidak hanya wakaf tanah dan bangunan saja, yang mana wakaf polis asuransi adalah salah satu cara mendistribusikan harta umat muslim yang sangat efektif untuk pengembangan ekonomi umat muslim.

Setelah dikeluarkan fatwa DSN MUI Nomor 106/DSN-MUI/X/2016 tentang Wakaf Manfaat Asuransi dan Manfaat Investasi pada Asuransi Jiwa Syariah, yang memperbolehkan umat islam berwakaf tetapi dalam bentuk manfaat polis asuransi dan investasi asuransi. Perusahaan asuransi yang mengeluarkan produk wakaf polis asuransi ini

adalah PT Prudential Life Assurance, PT Allianz Life Indonesia, PT Sun Life Indonesia dan PT Axa Mandiri.

Menurut Sya'roni tingkat literasi dan pemahaman soal wakaf asuransi masih menjadi persoalan yang sulit untuk dipecahkan. Tingkat literasi wakaf masih rendah, secara umum hanya 8% dan pemahamannya masih terbatas dengan adanya praktik yang terlihat di masyarakat. Potensi wakaf di Indonesia pun mencapai angka 180 triliun, namun total penghipunan dana wakaf baru mencapai 217 triliun atau setara dengan 3,4%.

Melihat rendahnya tingkat literasi di Indonesia, maka wakaf polis asuransi ini sulit berkembang, meskipun wakaf polis asuransi telah di kenalkan oleh beberapa perusahaan asuransi syariah di Indonesia. Wakaf polis asuransi ini telah di kenalkan oleh perusahaan asuransi dengan Digital Marketing, yang rata-rata perusahaan asuransi memasarkan menggunakan Website resmi perusahaan masing-masing dan video konten (ajakan untuk berwakaf polis asuransi), lalu para agen asuransi telah memasarkan produknya melalui media sosial masing – masing dalam bentuk poster. Yang seharusnya saat ini digital marketing sudah harus menjadi tren masyarakat yang telah melek akan teknologi saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh digital marketing terhadap minat masyarakat berwakaf polis asuransi dan perusahaan asuransi mana yang paling diminat oleh masyarakat.

II. LANDASAN TEORI

1. Digital Marketing

Digital marketing merupakan salah satu bentuk perkembangan dari marketing yang menggunakan internet sebagai salah satu alat dalam melakukan strategi marketing. Dewasa ini, dengan perkembangan teknologi digital yang sangat pesat serta penerimaan yang cukup luas dari hampir semua lapisan masyarakat, membuat model pemasaran digital adalah salah satu channel utama, artinya aplikasi dari internet dan teknologi digital terkait untuk mencapai tujuan-tujuan pemasaran, teknologi-teknologi ini dapat berupa internet, satelit, perangkat keras, perangkat lunak yang diperlukan untuk keperluan digital marketing. Adapun jenis-jenis digital marketing yaitu sebagai berikut:

- a. Website merupakan salah satu media internet marketing yang sering digunakan. Berdasarkan data yang dikumpulkan sebanyak 97% konsumen mencari produk maupun jasa melalui internet. Melalui website, konsumen akan mudah memperoleh informasi tentang jasa dan produk yang ditawarkan. Selain itu, konsumen juga dapat membandingkan beberapa produk dan jasa dengan mudah.
- b. SEM (Search Engine Marketing) adalah strategi optimalisasi mesin pencari untuk membuat website mudah ditemukan dan mendapatkan posisi yang lebih baik pada mesin pencari seperti Google
- c. Content Marketing adalah platform digital dalam bentuk pesan atau content sangat krusial dampaknya, terhadap kelancaran proses

komunikasi dengan konsumen. Pemasaran konten digital telah menjadi bagian penting dari pemasaran digital bagi perusahaan untuk menyesuaikan komunikasi pemasaran demi penjangkauan pelanggan dan implikatif dari prospek konten yang bersedia digunakan.

- d. Social media marketing adalah suatu bentuk layanan pemasaran website berbasis social media yang dilakukan melalui pihak ketiga. Banyak media social yang banyak digunakan untuk pemasaran/promosi barang ataupun jasa.
- e. Email marketing adalah bentuk pemasaran langsung, mirip dengan pemasaran melalui surat pos, tetapi email marketing jauh lebih efisien untuk biaya promosi dan untuk lingkungan karena tidak menggunakan kertas sama sekali.

2. Minat Masyarakat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah dan keinginan. Oleh karena minat dapat dilihat dari aspek perhatian, kesenangan, kegemaran, dan kepuasan sebagai stimulasi bagi tindakan dan perbuatan seseorang. Sedangkan menurut Winkel minat adalah kecenderungan yang menetap dan subjek merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu Menurut Ferdinand, macam-macam minat adalah sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

3. Wakaf Polis Asuransi

Wakaf dalam Islam adalah salah satu cara menginvestasikan harta untuk kepentingan dunia dan akhirat. Wakaf wasiat asuransi syariah menjadi bentuk wakaf baru yang belum banyak diketahui bahkan DSN MUI pun baru mengeluarkan fatwanya pada Oktober 2016 yaitu fatwa manfaat investasi dan asuransi jiwa syariah, namun di beberapa lembaga asuransi syariah dan lembaga wakaf di Indonesia justru lebih dulu mengaplikasikan bentuk wakaf ini. Kedudukan hukum wakaf wasiat polis asuransi syariah menurut hukum Islam termasuk wakaf produktif. Dasar Hukum Wakaf Polis asuransi yaitu Firman Allah Surat Al-Baqarah Ayat 267 yang artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya

lagi Maha Terpuji.”

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jenis penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dan analisis regresi sederhana. Regresi sederhana dapat dianalisis karena didasari oleh hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat variabel bebas (X) yaitu digital marketing dan variabel terikat (Y) yaitu minat masyarakat, sumber data yang digunakan adalah data sekunder berbagai sumber literatur yang berhubungan dengan penelitian ini dan data primer yaitu kuisioner yang disebar melalui google form.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil regresi sederhana adalah terdapat pengaruh pada variabel digital marketing (X) terhadap variabel minat masyarakat (Y). dilihat dari hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,499 atau 49,9% pada variabel minat masyarakat (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel digital marketing (X). sedangkan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak dijelaskan oleh peneliti. Untuk Uji T pengaruh digital marketing terhadap minat masyarakat yaitu: Ha : digital marketing berpengaruh terhadap minat masyarakat berwakaf polis asuransi. Hal ini ditunhujan dengan nilai signifikansi 0,000 > 0,05. Nilai thiung sebesar ,874 sedangkan nilai ttabel 1,984. Maka ditetpkan persamaan regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,623 + 0,689X$$

Setiap penambahan satu satuan X makan akan menambah Y sebesar 0,689.

Peneliti sudah memberikan pilihan perusahaan asuransi yaitu PT Prudential Life Assurance, PT Allianz Life Indonesia, PT Sun Life Financial dan PT Axa Mandiri. Berdasarkan data kuisioner masyarakat lebih dominan berminat ke perusahaan asuransi PT Prudential Life Assurance dengan mendapatkan skor yang didapat dari skala likert adalah 356 atau 29%. Dengan alasan Perusahaan asuransi prudential merupakan perusahaan asuransi terbesar di indonesia, erusahaan asuransi prudential mempunyai brand image yang sangat bagus dan perusahaan asuransi prudential mempunyai layanan digital yang mengikuti era zaman sekarang, sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Uji T menunjukkan bahwa variable digital marketing (X) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berwakaf polis asuransi (Y), artinya jika pada variabel digital marketing di tingkatkan maka minat masyarakat berwakaf polis asuransipun akan mengkat. Maka dengan itu Hipotesis diterima. Dan berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) menunjukkan bahwa variable digital marketing (X) 0,499 atau

49,9%. Hal ini menunjukkan bahwa 49,9% variable minat masyarakat berwakaf polis asuransi dapat dijelaskan oleh variable digital marketing. Sedangkan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

2. Perusahaan yang paln dimnati oleh masyarakat adalah perusahaan asuransi yang dilihat dari skor skala likert yang di dapat pilihan perusahaan asuransi PT Prudential Life Assurance mencapai skor 356 atau 29% Dengan alasan perusahaan asuransi prudential merupakan perusahaan asuransi terbesar di Indonesia, perusahaan asuransi prudential mempunyai brand image yang sangat bagus dan erusahaan asuransi prudential mempunyai layanan digital yang mengikuti era zaman sekarang, sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Febriani, Nurfian S, and Wayan weda asmara Dewi. Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu Teori Dan Praktik. Edited by Tim UB Press. Pertama. Malang: UB Press, 2018.
- [2] Octavia, Graceica, and Wulan Purnama Sari. “Bentuk Komunikasi Pemasaran Digital ST22.” *Prologia* 2, no. 2 (2019): 339. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3598>.
- [3] Pranatasari, Fransisca Desiana. “Digital Marketing Trend Dalam Mengoptimalkan Media Pemasaran Lebih Efektif Untuk Peningkatan Pendapatan Perusahaan.” *STIE Ekonomi XXIV, Nomo* (2015): 1.
- [4] Qadratillah, Meity Takdir. , *Kamus Besar Bahasa Indonesia Untuk Pelajar*, Jakarta: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, 2011, Hlm. 322. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011.
- [5] Saputra, Gungun Wahyu Diana dan hendrik. “Pemasaran Wakaf Polis Asuransi.” Bandung, 2020.
- [6] Sulaeman, Fajar. “Wakaf Asuransi Bakal Jadi Tren Di Industri Asuransi Syariah.” *Warta Ekonomi.co.id*, 2019. <https://www.wartaekonomi.co.id/read219243/wakaf-asuransi-bakal-jadi-tren-di-industri-asuransi-syariah.html>.
- [7] Sulistiani, Siska Lis. “Analisis Implementasi Wakaf Wasiat Polis Asuransi Syariah Di Lembaga Wakaf Al-Azhar Jakarta.” *Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan* 17, no. 2 (2017): 285–99. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v17i2.285-299>.
- [8] Sulistiani, Siska Lis, Ilham Mujahid, and Yandi Maryandi. “WAKAF POLIS ASURANSI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM UNTUK PEMBERDAYAAN UMAT.” In *Psosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 307–15, 2016.
- [9] Sunendar, Iskandarwasid & Dadang. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. 3rd ed. Bandung: Rosda, 2011.