

STRATEGI TAKAFUL DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK MASYARAKAT PADA PRODUK DANA PENDIDIKAN DI PT.TAKAFUL KELUARGA RO AZ-ZAHRA AGENCY BANJARMASIN

Ina Marlina¹,Zakiyah², Agus Purnomo³

¹Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB,NPM 17510050

²Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK. 061310672

³Ekonomi Syariah, 60202, Fakultas Studi Islam, Universitas Islam Kalimantan MAB NIK 061512850

Email : ina639601@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ialah dana Pendidikan bagian dari kegiatan program yang di rancang secara khusus untuk mempersiapkan dana Pendidikan anak secara terencana dengan mempertahankan produk dana Pendidikan di PT. Takaful Keluarga. Dengan rumusan masalah tentang bagaimana takaful dalam meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana Pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dan bagaimana penerapan penjualan dan pelaksanaan takaful pada produk *fulnadi*/dana Pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana Pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan tujuan memperoleh pemaparan tentang strategi pemasaran dengan terjun langsung ke lapangan untuk menggali dan meneliti data yang berkenaan dengan strategi yang digunakan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana Pendidikan. Subjek dari penelitian ini adalah PT. Takaful keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin, pimpinan agency, karyawan dan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi yang digunakan oleh PT. Takaful Keluarga, yaitu dengan strategi produk, harga, tempat dan promosi. Strategi yang dilakukan masih sangat kurang hingga saat ini. karena kurangnya sosialisasi dan edukasi ke masyarakat sekitar sehingga masyarakat masih belum tertarik pada produk dana Pendidikan.

Kata kunci : *dana Pendidikan, strategi, Takaful*

ABSTRACT

The background of the research is that the Education Fund is part of the program activities specifically designed to prepare children's education funds in a planned manner by maintaining the education fund product at PT. Takaful family. With the formulation of the problem of how takaful in increasing the public's attractiveness to the product of education funds at PT. Family Takaful Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin and how to implement sales and implementation of takaful on financial products/education funds. This study aims to determine the strategy in increasing the public's attractiveness to the product of education funds at PT. Family Takaful Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin. This research is descriptive qualitative with the method of observation, interviews and documentation. With the aim of obtaining about marketing strategies by going directly to the field to explore and research data relating to the strategies used to increase public attractiveness in education fund products. The subject of this research is PT. Takaful family of Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin, agency leaders, employees and customers. Based on the results of the study it can be said that the strategy used by PT. Family Takaful, namely with product, price, place and promotion strategies. The strategy carried out is still very lacking to date. because of the lack of socialization and education to the surrounding community so that people are still not interested in education fund products.

Key words : Education fund, strategy, Takaful

PENDAHULUAN

Dana pendidikan (*fulnadi*) merupakan suatu program yang di rancang secara khusus untuk mempersiapkan dana pendidikan anak secara terencana, sekaligus memberikan suatu perlindungan bila terjadi musibah terhadap orang tua sehingga pendidikan terjamin.¹ Melihat kondisi masyarakat di Banjarmasin dengan tingkat kesadarannya yang tergolong masih sangat rendah dalam berasuransi terutama di produk Dana pendidikan (*fulnadi*), dan banyak nya jumlah perusahaan asuransi tidak dihindarkan untuk meningkatkan persaingan diantara sesama pelaku usaha asuransi.

Melihat Tempat Perusahaan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin yang amat sangat sulit di jangkau karena jauh dari pusat perkotaan sehingga masyarakat kurang mengenal tentang apa itu produk dana Pendidikan. masyarakat Banjarmasin juga cenderung memilih menabung sendiri dari pada melakukan asuransi dana Pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin. Dalam Islam kita sudah di ajarkan pemeluknya agar merencanakan dan mempersiapkan hari esok untuk lebih baik mengingat kehidupan dalam dunia yang penuh dengan resiko.²

Kegiatan strategi yang di gunakan dalam memasarkan produk dana Pendidikan pada PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin, maka peneliti ingin menggunakan teori pemasaran dari kasmir, menurut kasmir memasarkan sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah terhadap produk dan jasa yang memiliki 4 macam variabel : ialah produk, harga, tempat dan promosi. Dengan teori pemasaran dari kasmir ini dapat menjadi tolak ukur untuk mendeskripsikan strategi dalam meningkatkan daya tarik masyarakat dengan menggunakan Asuransi Takaful pada produk dana Pendidikan (*fulnadi*).³mempertahankan produk dana Pendidikan dan berusaha untuk meningkatkan jumlah premi dengan terus meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana Pendidikan. Dalam hal ini bagian (*marketing*) pemasaran yang sering di kenal sebagai agency sangatlah berperan penting mereka harus proaktif, kreatif dan dapat menciptakan peluang dalam produk Asuransi Syariah di perusahaannya tanpa harus melebih-lebihkan. Tentunya itu bukan hal mudah yang di lakukan agency dalam meningkatkan penjualan polis asuransi syariah. Oleh karena itu agency harus memiliki

¹Dewi Rosita Agustina, *Penerapan Akad Mudharabah Pada Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) Asuransi Takaful Kelurga Cabang Palembang UIN Semarang* 2016 hlm 5

² Agus Purnomo, Analisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah. *Jurnal Of Islamic Economics*, Vol 1 (1) hlm 28

³Ririn Andriana purwanto, *strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan talangan umrah* di PT. BPRS Magetan. *Institute Agama Islam Negeri Ponorogo* 2020 hlm 5-6

pengetahuan dan skil untuk dapat memperluas jaringan dalam menawarkan produk dana pendidikan (*fulnadi*).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemaparan tentang strategi pemasaran.⁴ penelitian deskriptif bertujuan memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dari melihat kaitan antara variabel-variabel yang diteliti dengan memilih metode kualitatif, penulis berharap dapat memperoleh data lengkap dan akurat.⁵

Penelitian bersifat deskriptif yaitu memaparkan dan menggambarkan sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah, namun dapat juga bermaksud sebagai upaya klarifikasi mengenai fenomena atau kenyataan social. Dalam hal ini untuk mendapatkan gambaran dan keterangan -keterangan mengenai Strategi Takaful Dalam meningkatkan Daya Tarik Masyarakat terhadap produk dana Pendidikan (*fulnadi*) Di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra agency Banjarmasin. sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang di inginkan.⁶ yaitu orang-orang yang ahli dari PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin. Dari 67 populasi diambil 9 sampel

PEMBAHASAN

A. Strategi takaful dalam meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana Pendidikan (*fulnadi*) di PT. takaful keluarga

Setiap perusahaan mempunyai strategi penjualan masing-masing, begitupun dengan PT.Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin Dalam memasarkan produk untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk

⁴Alisna Wati, *strategi pemasaran produk umrah insan hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2018, hlm 30

⁵Ahmad Qurtubi, *Strategi Pemasaran Produk Takaful Dana Pendidikan pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bekasi*, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2010 hlm 10

⁶Sugiono, *metode penelitian kuantitatif*, (bandung: Alfabeta 2018) hlm 138

takaful keluarga, dengan melakukan strategi yang baik dan tepat, kemungkinan dari pihak PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dengan tujuan untuk mendapatkan jumlah premi/peserta sesuai dengan target yang diinginkan. Dari hasil penelitian yang saya lakukan bahwa :

Strategi yang dilakukan dari PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin meliputi *product*, *price*, *promotion* dan *place* dengan uraian sebagai berikut :

1. *Product*/produk

- a. Produk dana Pendidikan adalah produk yang telah dirancang khusus untuk membantu masyarakat meringankan biaya Pendidikan anaknya melalui produk dana Pendidikan (*fulnadi*).
- b. jika suatu saat terkena musibah pada pemegang polis untuk dana Pendidikan (*fulnadi*) maka anak tetap dijamin pendidikannya
- c. meringankan beban ahli waris

2. *Price*/harga

- a. Takaful keluarga menerapkan biaya akuisi semenimal mungkin pada produk dana Pendidikan (*fulnadi*)
- b. Sitem premi bulanan menerapkan sesuai dengan kemampuan masyarakat dengan, premi Rp. 200.000 setiap bulannya
- c. Tidak ada denda terhadap keterlambatan pada pembayaran premi
- d. Produk dana Pendidikan diambil saat nasabah membutuhkan dana pada disaat sudah masa Pendidikan
- c. memberikan potongan harga atau diskon kepada nasabah yang berhasil membawa calon nasabah masuk pada produk dana Pendidikan.

3. *Promotions*/promosi

- a. Takaful merupakan portal paling populer yaitu www.takaful.co.id untuk memudahkan masyarakat untuk mengakses informasi dengan lebih mudah

- b. Takaful telah memiliki website, Instagram, twitter, Facebook, whatsapp dan sekarang ini mencoba Aplikasi Tiktok yang lagi tren di jaman sekarang. untuk digunakan sebagai media promosi baru.
- c. Takaful juga melaksanakan berbagai kegiatan sosioal dengan terjun langsung ke masyarakat

4. *place*/tempat

- a. menentukan lokasi yang tepat untuk memasarkan produk dana Pendidikan
- b. melakukan riset dan membandingkan beberazpa tempat sebelum PT. Takakafu Keluarga menentukan lokasi yang paling strategis

Hal ini di uraikan dalam wawancara kepada pimpinan PT. Takaful Keluarga Ageny Banjarmasin dengan Ibu Rita Heriati S.sos.,fp sebagai berikut :

Bahwa Strategi pemasaran dengan cara meedukasi kemasyarakat atau memposting kesosial media dan menyapa kesetiap calon nasabah, mengajak berbincang-bincang dan meminta waktu kepada calon nasabah untuk menjelaskan manfaat dana pendidikan dengan memberikan player/brosur dana Pendidikan. Hanya saja kurangnya waktu dalam meedukasi kemasyarakat, minimnya pengetahuan agency dalam melakukan pemasaran.⁷

Pendapat lain yang di sampaikan kepada Ibu Marliana Utari sebagai karyawan Takaful Keluarga ialah :

Strategi yang di lakukan dengan cara memposting testimoni yang sudah merasakan manfaat dari produk dana Pendidikan. Proses penjualannya dengan cara melakukan pendekatan dengan sicalon nasabah tersebut memberikan brosur produk dana Pendidikan (*fulnadi*) dan mengatasi hal - hal yang memberatkan sicalon nasabah Cuma kendalanya dikarenakan musim pandemic covid-19 jadi tidak bisa bertemu langsung jadi untuk mejelaskannya itu melalui media sosial saja. Terkadang nasabah kurang mengerti dengan apa yang dijelaskan. Menurut hasil wawancara dengan asuransi Takaful Keluarga : (Wawancara dengan Ibu Marliana Utari)⁸

Pendapat lain yang di sampaikan oleh ibu Ella Nurlaela selaku agency Takaful Keluarga ialah :

⁷ Wawancara rita heriati sebagai pimpinan Takaful Keluarga pada tanggal 22 mai 2021

⁸ Wawancara Ibu Marliana Utari Sebagai Karyawan Di PT.Takaful Keluarga Pada Tanggal 10 Juni 2021

Strategi takaful dengan cara mengedukasi masyarakat bahwa Pendidikan untuk anak itu sangat penting dan inflasi Pendidikan naik setiap tahunnya sehingga membutuhkan biaya yang cukup besar. Membuka pola pikir masyarakat pentingnya proteksi untuk kepala keluarga sebagai pencari nafkah jika terjadi resiko agar Pendidikan anak tetap terjamin meskipun tak ada lagi orang tuanya Menurut hasil wawancara yang di kemukakan agency Asuransi Takaful Keluarga (wawancara kepada Ibu Ella Nurlaela)⁹

Pendapat lain dari Ibu tika karina selaku agency ke 2 di PT. Takaful Keluarga ialah:

Strateginya dengan cara produknya harus menarik, harganya bersaing, promosi secara digital melalui website [www//.Takaful.co.id](http://www.Takaful.co.id) serta tempat pemilihan lokasinya harus benar benar yang strategis. Menurut hasil wawancara yang di kemukakan kepada agency PT.Takaful keluarga (wawancara ibuTika khairina karina)¹⁰

Dari hasil wawancara kepada PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dapat diambil bahwa strategi yang dilakukan oleh PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dalam melakukan strategi pemasaran produk dana Pendidikan masih di bilang sangat minim. Kurangnya kemampuan agency untuk mempengaruhi minat masyarakat masuk ke dalam produk dana Pendidikan (*fulnadi*) oleh karena tidak adanya sosialisasi yang dilakukan oleh PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin.

Menurut hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa produk dana Pendidikan (*fulnadi*) sangat lah bermanfaat untuk cita-cita sang buah hati dengan mempersiapkan sejak dini. Bukan sekedar tabungan Pendidikan biasa, dana Pendidikan memproteksi dana Pendidikan sang buah hati hingga keperguruan tinggi dengan kontribusi mulai dari RP. 200,000 /perbulan dengan manfaat yang di terima hingga akhir priode akad yaitu manfaat sebagai berikut :

⁹ Wawancara Ibu Ella Nurlaela Sebagai Agency Di Takaful Keluarga Pada Tanggal 10 Juni 2021

¹⁰ Wawancara Kepada Ibu Tika Khairina Utami Sebagai Agency PT. Takaful Keluarga Agency Banjarmasin Pada Tanggal 17 Juni 2021

- a. Menyediakan dana tahapan Pendidikan setiap masuk jenjang Pendidikan baru hingga perguruan tinggi
 - b. Menyediakan dana Pendidikan sejak tahun ke-2 hingga tahun -5 di perguruan tinggi
 - c. Jika terjadi resiko terhadap orang tua maka dana santunan kepada ahli waris (anak)
 - d. Beasiswa setiap masuk jenjang Pendidikan baru hingga perguruan tinggi
 - e. Beasiswa tahunan sejak tahun pertama kanak-kanak hingga tahun ke empat keperguruan tinggi
 - f. Kontribusi tidak perlu di bayarkan lagi hingga akhir priode akad
- Hambatan yang di hadapi dalam meningkatkan daya tarik masyarakat
- a. Lemahnya agency dalam memasarkan produk terutama produk dana Pendidikan (fulnadi)
 - b. Kurangnya skil dalam negosiasi dan gampang menyerah
 - c. Sebagian para agency tidak bisa menggunakan sosial media sebagai pengganti pemasaran produk selama pandemic covid-19
 - d. waktu memasarkan produk hanya 2x seminggu.
 - e. Lemahnya agency dalam penguasaan produk
 - f. Tempat perusahaan nya terlalu jauh sehingga tidak bisa di jangkau
 - g. Orang tua yang income nya tidak memadai tidak ada celah lagi untuk menyisihkan uang nya masuk dalam program asuransi Pendidikan anak
 - h. Pola pikir orang tua yang belum terbuka akan pentingnya perencanaan sejak dini untuk proteksi keluarga akan resiko yang bisa saja terjadi dikemudian

2. Penerapan penjualan dan pelaksanaan takaful pada produk dana pendidikan (fulnadi) di PT. takaful keluarga

Produk dana Pendidikan (*fulnadi*) diterapkan selama didirikannya PT. Takaful Keluarga dan produk Pendidikan anak salah satu produk utama. produk dana pendidikan diterapkan sebagai berikut :

1. menerapkan biaya akuisi semenimal mungkin, sampai saat ini biaya akuisi PT. takaful keluarga pada produk dana Pendidikan (*Fulnadi*) merupakan yang ter rendah dari pada produk lain.
2. Menerapkan sistem premi bulanan dengan kemampuan masyarakat, dengan minimal premi RP. 200.000- setiap bulannya
3. Tidak diterapkan denda keterlambatan terhadap proses pembayaran
4. Produk dana Pendidikan (*fulnadi*) di ambil saat nasabah sudah membutuhkan dana Pendidikan tersebut.

Proses pelaksanaan Dana Pendidikan dengan melengkapi data diri dengan menggunakan kartu tanda penduduk KTP, pembayaran awal minimal RP.200,000 tanda tangan/tertanda TTD, dan menunggu sekitar 1-7 terbit polis dan untuk proteksi sendiri apabila nasabah nya sudah membayar itu terhitung sejak bukti bayar di laporkan maka sudah berlaku untuk proteksinya.

Sasaran penjualan produk dana Pendidikan yaitu para orang tua muda yang memiliki anak masi kecil usia bayi sampai balita. Dengan menjual produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan *financial* prospek calon nasabah, memberikan gambaran terlebih dahulu berapa perkiraan dana Pendidikan yang diperlukan sianak sampai selesai diperguruan tinggi dan berapa besar rupiah yang harus orang tua sisikan. Seperti yang Diuraikan sebagai berikut :

1. Mencari data sicalon nasabah yang akan ditemui
2. *aprocing* adalah sebuah pendekatan,
3. *pagpending* itu adalah pencarian data atau fakta misal calon nasabah itu statusnya sudah menikah atau belum atau sudah punya anak berapa
4. *presentation* menjelaskan ilustrasi manfaat Pendidikan anak
5. kita cari solusinya dengan menjelaskan dan dijabarkan bahwa solusinya itu ada di produk dana Pendidikan.
6. *closing*, *closing* itu apa *closing* adalah penutup nah setelah penutup sicalon nasabah ini mengisi formulir Pendidikan anak dengan lengkap terus setelah itu *aftersheling* itu artinya setelah penjualan nanti akan terbit buku polis. buku polisnya akan kita antar ke nasabah, minta referensi dari calon nasabah siapa tau nasabah

punya kenalan saudara punya keluarga punya teman, sahabat jadi bisa menambah calon prospek Pendidikan anak yang lain.¹¹

Data jumlah peserta produk dana Pendidikan fulnadi di PT. Takaful Keluarga Ro Az Zahra Agency Banjarmasin 2020-2021

Tabel 4.1

No	Periode	jumlah peserta
1	Januari 2020 – maret 2020	35
2	April 2020 – juni 2020	22
3	juli 2020 – September 2020	19
4	oktober 2020- desember 2020	19
5	Januari 2021 – maret 2021	13

Sumber Data PT. Asuransi Takaful Keluarga Ro Az Zahra Agency Banjarmasin

Dari hasil penjualan produk dana Pendidikan bahwa pemasaran Takaful Keluarga masih di bilang sangat Rendah dalam meningkatkan daya tarik masyarakat. Masyarakat ini mungkin belum mendapatkan informasi yang lebih akurat untuk menggiring mereka tertarik memiliki produk dana Pendidikan (*fulnadi*). Takaful Keluarga harus lebih giat lagi dalam memasarkan produk dana Pendidikan (*fulnadi*) sehingga dapat mencapai target yang di inginkan, Memperbanyak edukasi kemasyarakat membagikan brosur/player kemasyarakat ataupun sosialiasi. Sehingga masyarakat bisa lebih mengenal produk dana Pendidikan dan di antaranya ada yang tertarik melakukan produk dana Pendidika

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang peneliti lakukan tentang strategi Takaful dalam meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap produk dana Pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut:

1. strategi takaful dalam meningkatkan daya tarik masyarakat pada produk dana pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin, di

¹¹wawancara kepada Tika kahirina utami sebagai agenzzy takaful pada tanggal 17 juni 2021

bilang masih kurang di sebabkan kuranya edukasi dari PT. Takaful Keluarga sehingga masyarakat kurang mengenal produk dana Pendidikan (*fulnadi*). yang kedua tempat instansi/lembaganya kurang strategis karena lumayan cukup jauh dari pusat perkotaan sehingga masyarakat tidak tertarik pada produk dana Pendidikan (*fulnadi*) di PT. Takaful Keluarga. Yang ketiga masyarakat cenderung memilih menabung sendiri untuk biaya sekolah anak-anaknya.

2. penerapan penjualan dan pelaksanaan Takaful pada produk fulnadi/dana pendidikan di PT. Takaful Keluarga Ro Az-Zahra Agency Banjarmasin dilakukan dengan cara sebagai berikut:
 - a. menerapkan biaya akuisi semenimal mungkin, hingga saat ini biaya akuisi PT. takaful keluarga pada produk dana Pendidikan (*Fulnadi*) merupakan yang ter rendah dari pada produk lain.
 - b. Menerapkan sistem premi perbulan yang disesuaikan dengan kemampuan pada masyarakat, dengan premi RP. 200.000- setiap bulannya
 - c. Dan tidak menerapkan denda kepada keterlambatan dalam proses pembayaran

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Dewi Rosita. *Penerapan Akad Mudharabah Pada Produk Takaful Dana Pendidikan (Fulnadi) Asuransi Takaful Kelurga Cabang Palembang UIN semarang* 2016 hlm 5
- Purnomo Agus, Analisis Pembayaran Premi Dalam Asuransi Syariah. *Jurnal Of Islamic Economics*, Vol 1 (1) hlm 28
- Purwanto, Ririn Andriana, *strategi pemasaran dalam menarik minat masyarakat menggunakan produk pembiayaan talangan umrah* di PT. BPRS Magetan. *Institute Agama Islam Negeri Ponorogo* 2020 hlm 5-6
- Wati, Alisna. *strategi pemasaran produk umrah insan hasanah pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu 2018, hlm 30
- Qurtubi, Ahmad. *Strategi Pemasaran Produk Takaful Dana Pendidikan pada PT. Asuransi Takaful Keluarga Cabang Bekasi*, Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta 2010 hlm 10
- Sugiono, *metode penelitian kuantitatif*, (bandung: Alfabeta 2018) hlm 138
- Wawancara rita heriati sebagai pimpinan Takaful Keluarga pada tanggal 22 mai 2021
- Wawancara Ibu Marlina Utari Sebagai Karyawan Di PT. Takaful Keluarga Pada Tanggal 10 Juni 2021
- Wawancara Ibu Ella Nurlaela Sebagai Agency Di Takaful Keluarga Pada Tanggal 10 Juni 2021
- Wawancara Kepada Ibu Tika Khairina Utami Sebagai Agency PT. Takaful Keluarga Agency Banjarmasin Pada Tanggal 17 Juni 2021
- wawancara kepada Tika kahirina utami sebagai agency takaful pada tanggal 17 juni 2021