

OPTIMALISASI MARKETING PROMOTION SIGNATURE PRODUCT MELALUI SALES KIT DI ZURICH SYARIAH

LAYLA NUUR SHABRINA



**KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Optimalisasi *Marketing Promotion Signature Product* melalui *Sales Kit* di Zurich Syariah” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2024

Layla Nuur Shabrina
J0301202288

ABSTRAK

LAYLA NUUR SHABRINA. Optimalisasi *Marketing Promotion Signature Product* melalui *Sales Kit* di Zurich Syariah. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA

PT Zurich General Takaful Indonesia yang merupakan perusahaan asuransi berbasis syariah sudah menggunakan *sales kit* sebagai alat promosi beberapa produk. Namun, *sales kit* yang saat ini digunakan belum terstandarisasi dengan baik dan masih sulit dipahami oleh penggunanya dari segi materi yang ditampilkan. Maka dari itu dalam upaya untuk mengoptimalkan promosi pemasaran *signature product* melalui *sales kit* di Zurich Syariah dilakukanlah proyek akhir ini. Proyek akhir ini dilakukan selama dua setengah bulan di perusahaan terkait. Pembuatan proyek ini melalui berbagai tahap mulai dari mengumpulkan informasi hingga pendistribusian. Data yang diperoleh untuk pembuatan makalah diambil menggunakan teknik observasi, wawancara, studi literatur, dan kuesioner *pre-test* dan *post-test*. Luaran dari proyek ini adalah *Sales Kit Signature Product* Zurich Syariah berupa PowerPoint Slideshow yang dapat digunakan oleh Tim Penjualan. Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan, proyek akhir ini dapat meningkatkan kualitas *sales kit* di Zurich Syariah yang dapat membantu jalannya promosi pemasaran Tim Penjualan.

Kata Kunci: bauran pemasaran, katalog, media promosi, promosi, Zurich Syariah

ABSTRACT

LAYLA NUUR SHABRINA. Optimizing Marketing Promotion Signature Products through Sales Kit at Zurich Syariah. Supervised by RICI TRI HARPIN PRANATA

PT Zurich General Takaful Indonesia, which is a sharia-based insurance company, has used sales kits as a promotional tool for several products. However, the sales kit currently used is not well standardized and is still difficult for the audience to understand in terms of the material it displays. Therefore, in an effort to optimize marketing promotion of signature products through sales kits at Zurich Syariah, this final project was carried out. This final project was carried out for two and a half months at the relevant company. This project went through several stages, starting with data collection and ending with distribution. The data obtained for writing the paper was taken using observation techniques, interviews, literature studies, and pre-test and post-test questionnaires. The project's output is a PowerPoint slide show that the Sales Team could use as Zurich Syariah Signature Product Sales Kit. This final project can help Zurich Syariah improve the quality of its sales kits, which will aid the Sales Team in executing marketing promotions, based on the answers to the questionnaire that was submitted.

Keywords: catalogue, promotion, promotion media, promotion mix, Zurich Syariah



Judul Laporan : Optimalisasi *Marketing Promotion Signature Product* melalui
Sales Kit di Zurich Syariah

Nama : Layla Nuur Shabrina
NIM : J0301202288

Disetujui oleh

Pembimbing:
Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat M.T.
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian:
(04 Juli 2024)

Tanggal Lulus:
()

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penyusunan laporan proyek akhir ini berhasil diselesaikan tepat pada waktunya dengan judul “Optimalisasi *Marketing Promotion Signature Product* melalui *Sales Kit* di Zurich Syariah”. Laporan proyek akhir ini merupakan hasil dari kegiatan proyek akhir yang dilaksanakan di Zurich General Takaful Indonesia (Zurich Syariah) selama dua setengah bulan, yaitu dimulai pada 12 Februari 2024 sampai 26 April 2024.

Menyadari penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, maka pada kesempatan ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, ilmu serta masukannya sehingga terciptanya laporan ini. Terima kasih kepada kedua orang tua, Indra Komara dan Tri Diyan Mulyani yang selalu memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun materil selama Penulis menjalankan studinya di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Terima kasih juga Penulis sampaikan kepada kakak perempuan Penulis Yahdiyanii Ra’fahannisaa yang telah banyak membantu kelancaran kegiatan proyek akhir ini mulai dari persiapan hingga terciptanya laporan ini. Terima kasih kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB, juga Dr. Ir. Aceng Hidayat M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Terima kasih kepada teman-teman yang selalu mendukung dan membantu Penulis selama penyusunan laporan ini. Terima kasih terakhir diperuntukkan untuk kucing-kucing peliharaan beserta majikannya yang sudah memberikan dukungan selama pembuatan laporan akhir ini. Semoga kita dapat meraih cita-cita serta menjadi individu yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat. Akhir kata, Penulis berharap laporan proyek akhir ini dapat memberikan manfaat dan ilmu bagi para pembaca. Atas perhatiannya, Penulis ucapkan terima kasih.

Bogor, Juli 2024

Layla Nuur Shabrina

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	2
1.3	Tujuan	2
1.4	Manfaat	2
1.5	Ruang Lingkup	3
II	TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1	<i>Marketing Promotion</i>	4
2.2	<i>Signature Product</i>	4
2.3	<i>Sales Kit</i>	6
2.4	Proyek Terdahulu	7
III	METODE	9
3.1	Lokasi dan Waktu	9
3.2	Prosedur Kerja	9
3.3	Instrumen	10
3.4	Teknik Pengumpulan Data	10
3.5	Subjek Proyek	11
3.6	<i>Output</i> Proyek	12
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1	Alur Pembuatan <i>Sales Kit Signature Product</i> Zurich Syariah	15
4.1.1	Mengumpulkan Informasi Produk	15
4.1.2	Merancang Struktur Katalog Produk	17
4.1.3	Merancang Katalog Produk	19
4.1.4	Meninjau Kembali Pembaruan Harga produk	23
4.1.5	Mencetak Katalog Produk	24
4.2	Optimalisasi <i>Marketing Promotion Signature Product</i> Zurich Syariah melalui <i>Sales Kit</i>	25
4.2.1	Teknis Penggunaan <i>Sales Kit Signature Product</i> Zurich Syariah	26
4.2.2	Peningkatan <i>Sales Kit Signature Product</i> Zurich Syariah	27
4.2.3	Hasil Kuesioner <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i>	38
V	SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1	Simpulan	46
5.2	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA	47
	LAMPIRAN	49
	RIWAYAT HIDUP	83



DAFTAR GAMBAR

1	Logo Zurich Syariah	11
2	Data penjualan produk Zurich Syariah dua tahun terakhir	18
3	Penghargaan produk Parametrik Indeks Cuaca Zurich Syariah pada Insurance Asia Awards 2023	18
4	Aplikasi Microsoft PowerPoint Zurich	19
5	Logo Zurich Syariah horizontal dan vertikal	20
6	Font Zurich	21
7	Aset pada website Blueroom	21
8	Ketentuan shapes Zurich	22
9	Primary color Zurich	22
10	Secondary color Zurich	23
11	Inclusive color Zurich	23
12	Sosialisasi sales kit signature product Zurich Syariah	25
13	Bagan tata cara penggunaan sales kit signature product	27
14	Logo Zurich pada sales kit sebelumnya	28
15	Logo Zurich Syariah pada sales kit saat ini	28
16	Font tidak sesuai pada sales kit sebelumnya	29
17	Penggunaan kapital pada seluruh kalimat di sales kit sebelumnya	29
18	Penggunaan font yang sudah sesuai guideline	30
19	Penggunaan fotografi yang tidak sesuai	31
20	Penggunaan fotografi yang sudah sesuai guideline	31
21	Penggunaan ilustrasi tidak dari Blueroom	32
22	Penggunaan ilustrasi sudah dari Blueroom	32
23	Contoh shapes yang diregangkan	33
24	Shapes yang sudah sesuai guideline	33
25	Shapes tidak lingkaran dan setengah lingkaran	34
26	Shapes turunan dari lingkaran	34
27	Warna latar belakang bukan warna Zurich	35
28	Warna latar belakang sesuai Zurich Syariah	35
29	Warna elemen tidak sesuai guideline Zurich	36
30	Penerapan warna yang sesuai pada elemen	36
31	Profil responden kuesioner	39
32	Grafik hasil kuesioner pernyataan “informasi produk saat ini sudah memiliki standar yang baik”	39
33	Grafik hasil kuesioner pernyataan “Saya mengetahui bahwa saat ini terdapat sales kit yang berisi informasi produk yang dapat digunakan oleh Tim Sales”	40
34	Grafik hasil kuesioner pernyataan “Saya mengetahui bahwa signature product Zurich Syariah sudah memiliki sales kit”	41
35	Grafik hasil kuesioner pernyataan “materi sales kit yang ada saat ini mudah dipahami”	41
36	Grafik hasil kuesioner pernyataan “sales kit yang ada saat ini sudah bagus dan nyaman untuk dilihat”	42
37	Grafik hasil kuesioner pernyataan “tampilan desain sales kit yang ada saat ini sudah bagus dan nyaman untuk dilihat”	43



38	Grafik hasil kuesioner pernyataan “ <i>sales kit</i> yang ada saat ini mudah diakses oleh Tim <i>Sales</i> ”	43
39	Grafik hasil kuesioner pernyataan “ <i>sales kit</i> yang ada saat ini mudah digunakan oleh Tim <i>Sales</i> ”	44
40	Grafik hasil kuesioner pernyataan “ <i>sales kit</i> yang ada saat ini membantu Tim <i>Sales</i> untuk melakukan <i>marketing promotion</i> ”	45

DAFTAR LAMPIRAN

1	<i>Output</i> proyek akhir berupa <i>sales kit siganture product</i> Zurich Syariah	51
2	Panduan Wawancara	81
3	Kode Informan	82