

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Penyajian Data**

##### 1. PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin

###### a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Allianz Group adalah perusahaan asuransi dan manajer aset terkemuka di dunia dengan lebih dari 126 juta nasabah personal dan perusahaan. Nasabah Allianz mendapatkan manfaat dari berbagai layanan asuransi personal dan perusahaan, mulai dari asuransi properti, jiwa dan kesehatan sampai layanan bantuan asuransi kredit dan asuransi bisnis secara global.

Allianz adalah salah satu investor terbesar di dunia, dengan dana kelolaan Nasabah asuransi lebih dari 809 miliar Euro. Sementara manajer aset kami, PIMCO dan Allianz Global Investors mengelola aset tambahan sebesar 1,9 triliun Euro milik pihak ketiga. Berkat integrasi sistematis ekologis dan kriteria sosial pada proses bisnis dan keputusan investasi, Allianz memegang posisi terdepan untuk perusahaan asuransi dalam Dow Jones Sustainable Index. Pada tahun 2021, Allianz Group memiliki 155.000 karyawan dan meraih total pendapatan 149 miliar Euro serta laba operasional sebesar 13,4 miliar Euro.

Pada tahun 1981, Allianz membuka kantor perwakilan untuk menjalankan bisnis di sana. Sebuah perusahaan asuransi umum bernama PT Asuransi Allianz Utama Indonesia didirikan oleh Allianz pada tahun 1989. Kemudian pada tahun 1996, Allianz mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia untuk memasuki industri asuransi jiwa, asuransi kesehatan, dan dana pensiun. Industri asuransi syariah diluncurkan oleh Allianz Life dan Allianz Utama pada tahun 2006. Untuk melayani lebih dari 10 juta tertanggung di Indonesia, Allianz Indonesia kini memiliki lebih dari 1.000 karyawan, lebih dari 40.000 pemasar, dan jaringan mitra perbankan. ([www.allianz.co.id](http://www.allianz.co.id))

PT Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin saat ini berlokasi di Jl. Pangeran Samudera No. 16, merupakan Kantor Pemasaran Mandiri yang berhubungan langsung dengan Kantor Pusat PT. Asuransi Allianz Life Indonesia di Jakarta. PT Asuransi Allianz Life Indonesia di Banjarmasin mulai membuka kantor pada tahun 2004, di Simpang Telawang. Pada tahun 2007 pindah ke Jl. Ayani KM 5,6. Karena dalam perkembangannya semakin banyak nasabah yang dilayani dan semakin banyak tenaga pemasar, maka pada tahun 2011 pindah ke Jl. Pangeran Samudera hingga sekarang (selanjutnya dikenal dengan KPM Allianz P. Samudera).

Allianz menerapkan teknologi terkini dalam segala bidang operasionalnya. Untuk pengajuan SPAJ, surat menyurat, bahkan pengurusan klaim, bisa dilakukan secara online. Jadi Allianz Banjarmasin

sudah menerapkan prinsip 'Paperless' dalam aktivitas sehari-hari. Kantor di Jl. P. Samudera terdiri dari 3 lantai. Lantai pertama bagian depan difungsikan untuk pelayanan nasabah (customer service). Di bagian tengah terdiri dari 3 ruangan yaitu ruang admin, ruang meeting kecil, dan ruang konsultasi. Di lantai 2, diperuntukkan untuk aktivitas para partner Allianz (sebutan untuk agen). Ada pantry, toilet, mushola dan ruang untuk Business Partner.

Lantai 3 berfungsi sebagai aula untuk meeting, toilet dan Gudang. Karena memanfaatkan serba online dan hampir paperless, maka operasional kantor Allianz P. Samudera menjadi sangat efisien dan efektif. Tidak membutuhkan banyak tenaga kerja. Seluruh pekerjaan administrasi cukup ditangani 2 admin dan 1 office girl. Service level menjadi lebih cepat, bisa langsung ditangani oleh para partner bisnis melalui Ipad masing-masing. Wilayah cakupan pemasaran berlaku seluruh Indonesia. Saat ini Allianz P. Samudera Banjarmasin mempunyai perwakilan di Batulicin (Kalsel), Berau (Kaltim) dan Bone (Sulsel).

#### b. Visi dan Misi

PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin mempunyai visi sebagai berikut: "Allianz Indonesia adalah pilihan utama, merek terpercaya yang memberikan pengalaman tak terlupakan". Sedangkan misinya adalah, "Allianz Indonesia dikenal sebagai

penyedia perlindungan asuransi dan solusi keuangan dengan budaya kinerja tinggi untuk mencapai keuntungan berkelanjutan”.

c. Produk Asuransi Syariah PT. Allianz Life Indonesia

Adapun beberapa produk asuransi Syariah dari PT. Allianz Life Indonesia adalah sebagai berikut:

1) Allisya AMAN

Akad asuransi jiwa khas syariah yang menawarkan perlindungan penyakit kritis dan kematian sehingga situasi keuangan di masa depan selalu terjamin.

2) Allisya Maxi Fund Plus

Unit link merupakan produk asuransi jiwa syariah Allianz yang menawarkan pilihan perlindungan dan peluang hasil investasi jangka panjang terbesar untuk mencapai tujuan masa depan.

3) Allisya Protection Plus

Produk asuransi jiwa unit link syariah dari Allianz ini akan memberikan perlindungan maksimal plus potensi nilai investasi baik saat Anda berada di samping keluarga tercinta bahkan ketika Anda sudah tiada.

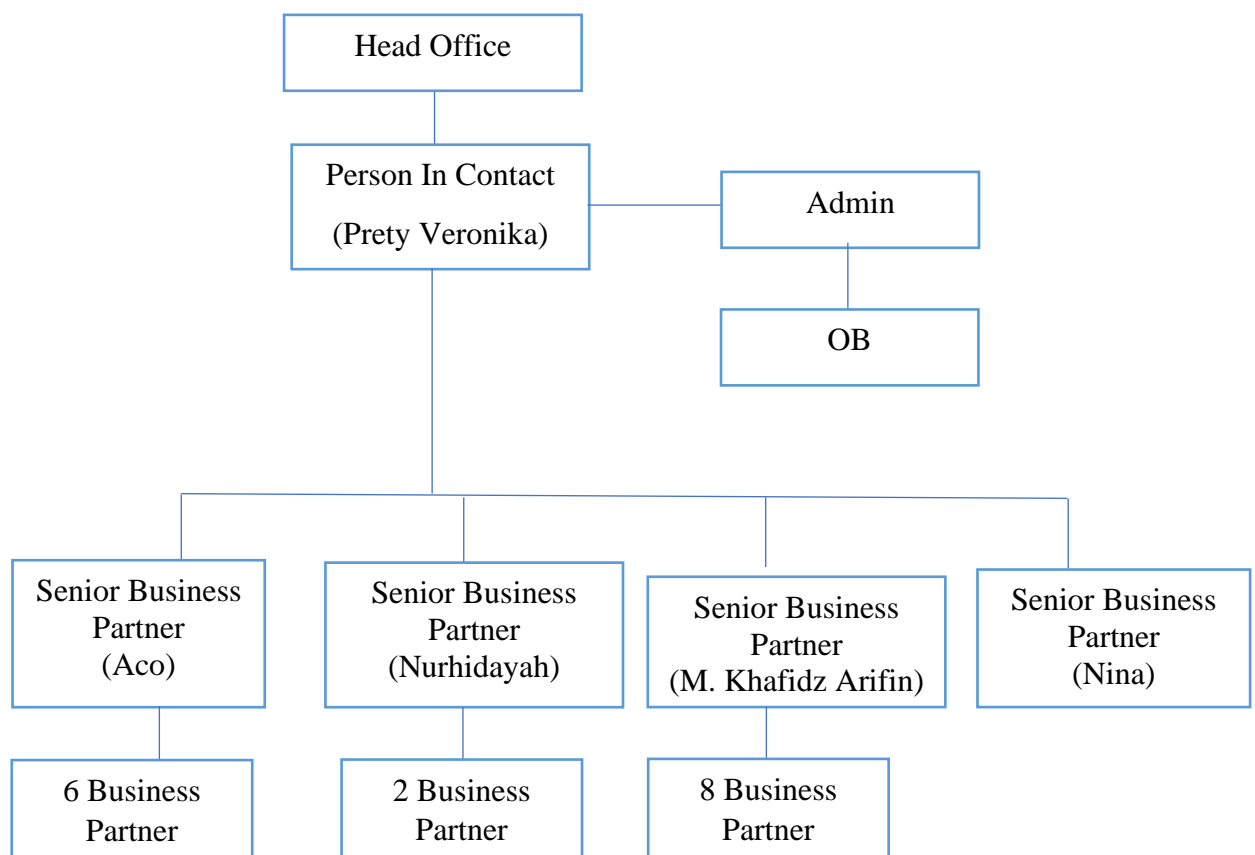
4) Allisya Care Premier Plus

Produk yang berkaitan dengan keperluan perlindungan kesehatan secara lengkap untuk nasabah.

5) Allianz Tasbih

Produk yang mendukung konsumen dalam mencapai aspirasinya dalam melakukan perjalanan. Persiapan mental dan tersedianya uang Haji untuk Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) diperlukan dalam rangka mewujudkan tujuan ibadah haji sebagai salah satu rukun (rukun) yang lima.

d. Struktur Organisasi



Tabel 1 Struktur Organisasi

## B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada hasil penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada pihak PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin mengenai

fluktuasi perkembangan nasabah pada produk syariah. Peneliti juga mengkaji dan merekap data dari berbagai sumber yang tersedia baik dari Buku, Website, ataupun penelitian terdahulu yang juga disertakan pada data hasil penelitian ini. Adapun informasi dan data dari hasil wawancara disampaikan oleh karyawan PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin, yaitu Bapak Ricko Trisnio sebagai *Senior Business Partner* dan Ibu Pretty Veronica sebagai *Manager* dan *Person in Contact*.

Allianz Group, yang melayani lebih dari 126 juta klien individu dan bisnis, adalah perusahaan asuransi dan manajer aset terbesar di dunia. Pelanggan Allianz dapat memilih dari berbagai layanan asuransi pribadi dan bisnis, termasuk layanan bantuan asuransi kredit, asuransi bisnis internasional, asuransi jiwa dan kesehatan, dan asuransi properti. Pada tahun 1981, Allianz membuka kantor perwakilan untuk menjalankan bisnis di sana. Sebuah perusahaan asuransi umum bernama PT Asuransi Allianz Utama Indonesia didirikan oleh Allianz pada tahun 1989. Dengan mendirikan PT Asuransi Allianz Life Indonesia pada tahun 1996, Allianz terjun ke industri asuransi jiwa, asuransi kesehatan, dan dana pensiun. Industri asuransi syariah diluncurkan oleh Allianz Life dan Allianz Utama pada tahun 2006. (Data pada Website resmi [allianz.co.id](http://allianz.co.id))

Salah satu investor terbesar di dunia, Allianz saat ini mengawasi lebih dari 809 miliar Euro tunai dari klien asuransi. Sementara itu, aset lain senilai 1,9 triliun euro milik pihak ketiga dikelola oleh manajer aset kami PIMCO dan Allianz Global Investors. Allianz saat ini mempertahankan posisi teratas untuk bisnis asuransi dalam Indeks Berkelanjutan Dow Jones sebagai hasil dari integrasi sistematis

kriteria ekologi dan sosial ke dalam proses bisnis dan keputusan investasi. Dengan 155.000 karyawan, Allianz Group menghasilkan total penjualan 149 miliar euro dan laba operasional 13,4 miliar euro pada 2021. (Data pada Website resmi [allianz.co.id](http://allianz.co.id)).

#### 1. Fluktuasi Perkembangan Nasabah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Kota Banjarmasin

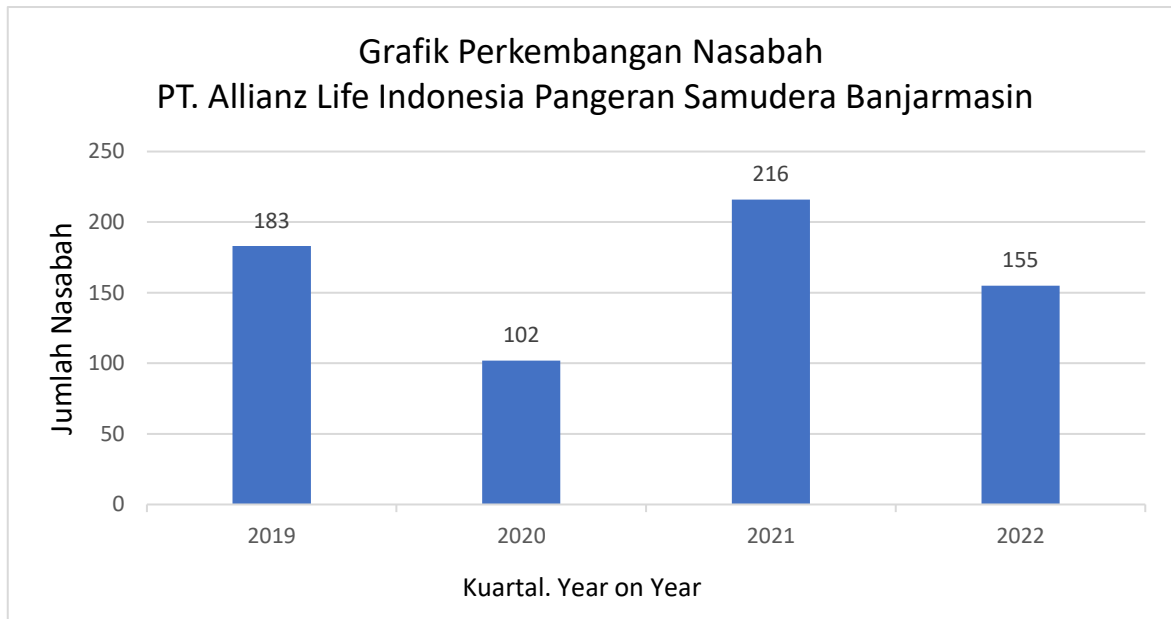
Adapun pada dasarnya Allianz Life Indonesia adalah Perusahaan asuransi konvensional, dan bukan lembaga asuransi khusus yang berbasis syariah. Allianz Life Indonesia membuka pasar syariah karena Industri asuransi syariah di Indonesia mengalami perkembangan positif, sampai dengan Triwulan II tahun 2021 (Data AASI) terdapat 58 perusahaan asuransi syariah. Jumlah penduduk muslim sebesar 237 juta jiwa, maka potensi pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia masih sangat besar. Maka melihat hal tersebut PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin melakukan beberapa strategi pemasaran untuk meraih besarnya potensi pertumbuhan asuransi syariah di Indonesia. (Wawancara dengan Veronica selaku Manager PT. Allianz, 3 September 2022).

Nasabah PT. Allianz semakin tahun semakin bertambah, karena semakin berkembangnya pangsa pasar keuangan syariah yang terus meningkat setiap tahun. Walaupun beberapa kali sering terjadi fluktuasi, tetapi hal tersebut tidak mengurangi secara signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah asuransi syariah Allianz Life Indonesia.

Perkembangan minat dan jumlah nasabah di PT. Allianz Life Pangeran Samudera pun sering mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Adapun jumlah

nasabah pada produk syariah dari 4 tahun terakhir pada periode 2019 – 2022 berjumlah 656 orang. (Data Hasil Wawancara dengan Veronica, 3 September 2022).

Tabel 2 Grafik Perkembangan Nasabah



Beberapa rinciannya dari tahun ke tahun sebagai berikut:

- a. Pada tahun 2019 berjumlah 183 nasabah.
- b. Di tahun 2020 mengalami penurunan dengan jumlah nasabah 102.
- c. Di tahun 2021 jumlah nasabah naik signifikan menjadi 216 nasabah,
- d. Pada tahun 2022 sampai bulan agustus jumlah nasabah sebanyak 155 orang.

Allianz Life Indonesia mempunyai jaringan dan akses yang luas untuk pelayanan dan fasilitas nasabah yang tersedia di hampir semua kota-kota besar yang ada di Indonesia. Allianz Life juga mempunyai Kemudahan klaim, kemudahan menghubungi agen dan staf perusahaan, jaringan rumah sakit



lengkap banyak bekerjasama dengan Allianz. Kunjungan berkala kepada nasabah tidak hanya saat ada perlu, memberikan hadiah-hadiah kepada nasabah, cepat respon kepada nasabah dari perusahaan.

## 2. faktor yang Menyebabkan Terjadinya Fluktuasi Produk Syariah Pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin

Ada banyak faktor yang menyebabkan terjadinya fluktuasi perkembangan nasabah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin pada produk syariah. Beberapa halnya adalah pengaruh pendapatan ekonomi nasabah, pada hal ini adalah merupakan faktor internal yang terjadi pada diri individu seseorang, sehingga pembayaran iuran asuransi pada nasabah juga mengalami kendala dan akhirnya memutuskan untuk berhenti menjadi nasabah.

Faktor lainnya adalah pengaruh waktu dan suasana, kadang ada bulan-bulan tertentu yang peningkatan jumlah pada nasabahnya mengalami penurunan. Misal pada waktu-waktu libur sekolah, atau mendekati liburan panjang. Hal ini di sebabkan karena banyaknya waktunya luang dan minimnya aktivitas yang di lakukan oleh masyarakat. Sehingga pada aktivitasnya dirasa tidak perlu diberikan perlindungan karena minimnya resiko. Persaingan antar perusahaan asuransi juga mempengaruhi fluktuasi jumlah nasabah, karena ada banyaknya prdouk dan jasa alternatif yang ditawarkan oleh pihak lain, sehingga terbaginya jumlah nasabah yang menggunakan produk asuransi.

Pada saat suasana covid dapat terlihat dan dirasakan oleh semua pihak, termasuk pihak asuransi dengan dampak penurunan jumlah nasabah yang drastis pada tahun 2020. Semula berjumlah 183 nasabah pada tahun 201, turun

menjadi 102 nasabah pada tahun 2020, turun sekitar 44% dari jumlah sebelumnya. Faktor covid-19 ini adalah bencana alam yang merupakan faktor eksternal yang tidak dapat diprediksi oleh nasabah, termasuk pihak asuransi. Hal lain yang terbiasa mengganggu dalam perkembangan minat jumlah nasabah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Kota Banjarmasin adalah adanya isu-isu negatif yang muncul tentang asuransi dan produk-produknya, sehingga pada hal ini menimbulkan mispersepsi (kesalah pahaman) yang terjadi di masyarakat. Faktor lainnya muncul dari dalam perusahaan asuransi, terkadang-kadang prospek agen asuransi tidak mencapai target maksimal yang ditentukan, baik karena semangat yang ada pada dalam diri sang agen atau karena faktor-faktor yang telah disebutkan di atas. (Wawancara dengan Ricko Trisnio, 3 April 2023).

Agen asuransi memang menjadi promotor utama dalam mempromosikan produk secara langsung kepada masyarakat sebagai calon nasabah. Sejumlah hal untuk mempengaruhi minat calon nasabah terkadang menjadi kendala. Adapun kendala tersebut muncul dari faktor internal dan eksternal. Pada faktor internal adalah seperti keterampilan dan pemahaman agen dalam menjelaskan produk secara tepat dan relevan kepada nasabah. Sehingga promotor mampu mengkorelasikan masalah dan keinginan nasabah terhadap produk dan layanan yang tersedia. Kedua, adalah tidak mampunya agen dalam menganalisa masalah yang terjadi mengenai asuransi. Sehingga yang menjadi permasalahan pada nasabah dan tentang asuransi agen tidak kuasa dalam memberikan pemahaman. Pada hal tersebut lah yang kadang menjadi

kendala internal pada perusahaan asuransi. Sehingga dari pihak perusahaan melakukan pembekalan berupa pelatihan kepada agen asuransi agar mampu menguasai pemahaman terhadap asuransi, mempunyai keterampilan yang tepat dalam menawarkan produk, serta mampu memahami masalah-masalah yang terjadi terkait asuransi.

Faktor eksternal yang menjadi kendala bagi agen asuransi yang pertama adalah tidak ada atau minimnya *reward* (penghargaan) kepada agen apabila sudah mampu mencapai target maksimal perusahaan. Sehingga agen bekerja hanya sekedarnya saja untuk memenuhi jumlah rata-rata nasabah pada perusahaan. Kedua, tidaknya ada motivasi yang diberikan atasan kepada para agen untuk mencapai prospek target maksimal perusahaan. Adapun faktor ketiga, faktor ini adalah faktor yang kadang lepas dari perhitungan dan sulit untuk di prediksi. Sehingga menjadi kendala utama diluar prediksi bagi para agen dan perusahaan, yaitu bencana non alam seperti munculnya wabah yang terjadi pada awal tahun 2020 lalu dan merosotnya ekonomi masyarakat yang menimbulkan krisis. Maka pada hal ini juga mengakibatkan menurunnya jumlah nasabah asuransi.

Adapun pada PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Kota Banjarmasin, agen sudah diberikan pelatihan untuk memahami produk secara mendalam sehingga mampu menjelaskan kepada nasabah mengenai produk asuransi syariah. PT. Allianz Life Indonesia juga memberika *reward* kepada karyawan yang mampu bekerja secara maksimal untuk menambah semangat dan kesungguhan dalam bekerja. Terjadinya fluktuasi jumlah nasabah

adalah hal utamanya karena memang muncul dari luar perusahaan atau faktor eksternal, seperti momen-momen tertentu yang telah disebutkan pada penjelasan sebelumnya yang menyebabkan turunnya jumlah nasabah, bencana non alam, merosotnya ekonomi, isu-isu negatif tentang asuransi, dan persaingan antar perusahaan.

Sebagaimana yang disebutkan Eksi Oktaviani (2019), terhadap dua faktor yang mempengaruhi fluktuasi nasabah, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

1) Promosi

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu program pemasaran adalah promosi penjualan. Tidak peduli seberapa tinggi kualitas suatu produk, jika orang tidak mengetahuinya atau belum pernah mendengarnya, mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi pada dasarnya adalah komunikasi yang digunakan untuk mengiklankan suatu produk.

2) Kualitas layanan

Ketika menentukan apakah suatu pelayanan itu baik atau tidak, seseorang harus melihat kepada mereka yang dilayani daripada kepada pelayannya. Menurut sudut pandang Islam, Anda harus menawarkan kualitas terbaik jika Anda ingin menghasilkan hasil komersial dalam bentuk barang atau jasa.. Firman Allah dalam surat al Baqarah ayat 267 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ  
مِّنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ  
إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ۲۶۷

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkanlah (d i) 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 menafkankan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya, dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kuasa lagi Maha Terpuji”.* (Q.S. Al-Baqarah: 2/267)

### 3) Kualitas Produk

Stanton mendefinisikan produk sebagai memiliki sejumlah karakteristik yang berbeda dan dapat diamati, seperti warna, harga, kemasan, nama, produsen, toko, dan layanan. Rianto menegaskan, marketing plan bisa dipengaruhi oleh produk itu sendiri. Suatu produk dibeli tidak hanya untuk dimiliki, tetapi juga untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan. Kotler berpendapat bahwa "apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan adalah produk." Sedangkan kualitas melibatkan kepatuhan terhadap spesifikasi produk dan mencakup setiap detail.

Karena kualitas produk adalah salah satu posisi kunci pasar, dapat dikatakan bahwa definisi kualitas adalah tidak adanya cacat atau kerusakan. Jika produk yang dipromosikan berkualitas tinggi, produk tersebut dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk mengungguli pesaing; sebaliknya, jika kualitasnya rendah, cukup sulit untuk mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Maka dari itu, produk yang

dihasilkan usahakan berkualitas baik. Firman Allah dalam surat Al Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

*“Hai manusia sekalian, makanlah yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan, karena sesungguhnya syaithan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.* (QS. Al Baqarah: 168)

#### 4) Teknologi

Etimologi teknologi dapat ditelusuri kembali ke kata Yunani techne, yang berarti "seni", dan logia, yang berarti "kumpulan pengetahuan". Penggunaan pengetahuan untuk tujuan praktis adalah inti dari teknologi. Tergantung pada teknologi yang digunakan, konversi dari input ke output dapat terjadi dalam beberapa bentuk. praktek memproduksi apapun dengan menggunakan mesin otomatis untuk menghemat biaya tenaga kerja dan mempercepat produksi. Kesulitan dengan teknologi ini adalah menentukan berapa banyak tenaga manusia yang dapat digantikan oleh mesin untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1) Selera Konsumen

Konsumen dan pelanggan, permintaan pasar, pembeli dan lainnya semuanya dipertimbangkan dalam manajemen pemasaran. Selain itu, dapat dianggap bahwa pelanggan terbuka untuk hal baru atau perubahan setiap hari. Meskipun selera dapat dianggap sebagai minat

atau keinginan, dapat dikatakan bahwa selera konsumen dimotivasi oleh keinginan untuk membeli barang yang akan memuaskan kebutuhannya. Akibatnya, pengusaha harus melakukan penelitian atau observasi lapangan untuk mengetahui dan menilai keinginan dan kebutuhan masyarakat.

## 2) Barang Pengganti

Fungsi barang primer dapat digantikan oleh barang pengganti.

Biaya barang pengganti dapat mengubah biaya barang yang diganti.

## 3) Persaingan

Persaingan adalah situasi ketika barang atau jasa tertentu dipertentangkan satu sama lain oleh orang, tim, atau bisnis, dengan atau tanpa dibatasi oleh aturan, dalam upaya menghasilkan uang dan mendapatkan perhatian.

## 3. Langkah yang dilakukan untuk mempertahankan nasabah produk asuransi syariah di PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin

Upaya mempertahankan nasabah dari pihak perusahaan asuransi dengan memberikan layanan terbaik, melengkapi fasilitas, kemudahan akses, kepedulian terhadap nasabah (*nasabah care*) dengan beberapa keunggulan layanan produk Allianz Life Indonesia. Adapun keunggulan PT. Asuransi Allianz Life Indonesia secara umum yaitu, asuransi dapat diklaim lebih mudah, biaya asuransi dengan cara yang mudah, rekanan kerjasama dengan rumah sakit lebih banyak dan jika tidak kerjasama dengan rumah sakit dengan cara sistem

nombok (talangan), agen banyak yang fokus di asuransi dan mudah di hubungi. (Wawancara dengan Ricko Trisnio, 3 April 2023).

Berikut beberapa keunggulan layanan dan produk syariah PT. Asuransi Allianz Life Indonesia dalam upaya menarik minat dan meningkatkan jumlah nasabah asuransi:

Allisya Protection Plus menggunakan akad tolong-menolong timbal balik (tabarru atau akad hibah) antara sesama peserta sebagai produk asuransi syariah, dengan perusahaan asuransi bertindak semata-mata sebagai pengelola (akad wakalah bil ujah). Keunggulan Produk Syariah dari Allianz Life Indonesia antara lain:

a. Lengkap

Pilihan manfaat perlindungan aset & penghasilan yang lengkap terhadap risiko kehidupan yang tidak terduga.

b. Fleksibel

Metode & jumlah pembayaran Kontribusi sesuai rencana keuangan.

c. Ringan

Iuran asuransi & ujah administrasi tahun Polis ke-1 mulai ditagihkan sejak tahun Polis ke-2.

d. Adil

Tersedia bagi surplus underwriting / bagi hasil (apabila ada) dari dana peserta berdasarkan perhitungan keuangan perusahaan Asuransi.

e. Tenang



Untuk 10 tahun pertama, tersedia berbagai Fasilitas Polis Syariah untuk mengembalikan masa perlindungan. terutama saat meminta pertanggung jawaban asuransi baru. Sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan dalam Kebijakan terkait.

Adapun masing-masing produk syariah yang ada di Asuransi Allianz mempunyai keunggulan dan manfaat pada produknya sendiri (Wawancara dengan Ricko Trisnio, 3 April 2023).

AlliSy Protection Life adalah program asuransi jiwa syariah dengan pembayaran berulang yang menawarkan pertanggung jawaban hingga tertanggung berusia 100 tahun serta investasi dengan berbagai sub-dana sesuai kebutuhan. Ini adalah keunggulan dari produk ini:

- a. Proteksi berakhir dan nilai investasi ditanggung pada saat tertanggung mencapai usia 100 tahun.
- b. Alokasi investasi yang menarik sejak awal untuk memaksimalkan perlindungan melalui nilai investasi.
- c. Apabila terjadi risiko kematian, santunan asuransi 100% ditambah nilai investasi.
- d. Insentif persistensi yang ditawarkan untuk tahun polis tertentu akan mendorong dilakukannya investasi sebaik mungkin dalam keamanan jangka panjang.
- e. Tambahan Santunan Rp. 25.000.000 jika meninggal karena kecelakaan atau cacat tetap.

Allianz Tasbih merupakan produk yang membantu perencanaan keuangan dalam penyelenggaraan ibadah haji dan memberikan perlindungan dalam perjalanan haji. Adapun manfaat dari produk ini yaitu:

- a. Pembayaran asuransi jiwa dalam hal terjadi kecelakaan atau kematian tertanggung.
- b. Pemulangan darurat dan evakuasi medis peserta asuransi.
- c. Manfaat santunan asuransi jiwa 200% jika meninggal dunia saat menunaikan ibadah haji atau umrah di Mekkah dan Madinah..

Polis asuransi jiwa syariah tradisional Allisya HANDAL menawarkan opsi perlindungan yang dapat dipercaya untuk memastikan bahwa kondisi keuangan saat ini selalu terjaga. Manfaat dari produk ini antara lain:

- a. 100% Santunan Asuransi jika Meninggal Dunia.
- b. Masa Asuransi 20 tahun dan dapat diperpanjang hingga usia 80 tahun.
- c. 100% santunan asuransi + tambahan 100% santunan asuransi. (dengan total 200%).
- d. Masa Asuransi 20 tahun dan dapat diperpanjang hingga usia 70 tahun.
- e. Manfaat untuk santunan asuransi kematian karena kecelakaan selain manfaat kematian yang dibayarkan oleh asuransi. santunan kematian akibat kecelakaan terjadi dalam waktu 90 hari sejak kecelakaan. Saat tertanggung berusia 70 tahun, manfaat ini akan berakhir. Manfaatnya adalah 100% santunan asuransi jika Anda meninggal dunia karena kecelakaan di luar batasan tersebut.

Untuk memastikan situasi keuangan masa depan selalu terjamin, Allisya AMAN adalah polis asuransi jiwa syariah tradisional yang menawarkan alternatif perlindungan asuransi kematian dan penyakit kritis. Keunggulan dari produk ini antara lain:

- a. Pilihan masa dan frekuensi pembayaran kontribusi sesuai kebutuhan.
- b. AMAN dengan santunan untuk salah satu dari 77 penyakit kritis.
- c. AMAN dengan manfaat akhir kontrak jika pihak yang diasuransikan masih hidup pada tanggal akhir asuransi polis.
- d. Masa pembayaran kontribusi bisa lebih singkat untuk masa asuransi lebih panjang.
- e. AMAN dengan perlindungan jiwa akibat bukan kecelakaan & penyakit kritis hingga usia 86 tahun.
- f. AMAN dengan Santunan Jiwa jika meninggal akibat bukan kecelakaan dan kecelakaan.

Fitur wakaf Asuransi Allianz, yaitu penyaluran harta benda untuk kepentingan masyarakat serta mendapatkan keberkahan pahala. Adapun penyerahan nilai wakaf kepada Lembaga Pengelola Wakaf (Nazhir) yang terpercaya. Manfaat Perlindungan yang diwakafkan, ada 2 Manfaat dalam Polis yang dapat diwakafkan saat pihak yang diasuransikan meninggal dunia. Potensi nilai dana investasi tidak dijamin dan dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kinerja tipe dana investasi yang dipilih dalam Polis.

Allisya Care Premier Plus merupakan perlindungan kesehatan dengan beragam keunggulan dalam menghadapi risiko kesehatan. Adapun keunggulan dari produk ini, yaitu:

- a. Opsi plan, wilayah perlindungan dan manfaat opsional yang beragam dan dapat dipilih sesuai kebutuhan.
- b. Lengkapi perlindungan dengan beragam manfaat yang komprehensif.
- c. Berbagai macam layanan yang praktis untuk membantu memenuhi kebutuhan.
- d. Manfaat Opsional, booster batas manfaat tahunan, rawat jalan, rawat gigi, dan kehamilan, persalinan & nifas.

Produk asuransi jiwa syariah bernama Allisya Protection Plus memiliki skema asuransi unit link syariah yang menawarkan perlindungan sekaligus nilai investasi yang memungkinkan. cara pembayaran iuran dan berapa besarnya, sesuai dengan rencana keuangan. Keuntungan ekstra yang diberikan produk ini adalah:

- a. Perlindungan hingga 168 penyakit kritis dalam 3 paket penyakit kritis sesuai kebutuhan.
- b. Penggantian biaya penuh apabila terdiagnosis awal 100 kondisi sakit parah.
- c. Pembayar dibebaskan dari memberikan kontribusi (Allianz membayar kontribusi) jika mereka diberitahu bahwa mereka menderita penyakit kritis atau cacat yang disebabkan oleh kecelakaan atau penyakit. penggantian biaya pengobatan yang dikeluarkan saat menerima

perawatan rumah sakit untuk cedera atau penyakit, termasuk biaya ICU dan pembedahan..

- d. Santunan untuk meninggal dunia, cacat tetap sebagian serta cacat tetap total karena kecelakaan

Program asuransi jiwa unit link syariah dengan pilihan proteksi dan potensi nilai investasi jangka panjang terbesar disebut Allisya Maxi Fund Plus. Berikut adalah keunggulan produk ini: potensi nilai investasi jangka panjang dari 100% alokasi kontribusi tunggal, tanpa biaya akuisisi dan top-up, tersedia surplus penjaminan/bagi hasil (jika ada) dari dana peserta berdasarkan perhitungan keuangan perusahaan asuransi, dan tanpa biaya akuisisi dan top-up.

Pada hasil penelitian tersebut di atas merupakan gambaran manfaat produk syariah yang ditawarkan Allianz Life Indonesia, yang peneliti lakukan penelitian ke PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samudera Banjarmasin dengan melakukan wawancara kepada pihak terkait dan kajian data yang diberikan oleh perusahaan. (Wawancara dengan Ricko Trisnio, 3 April 2023).

Produk Syariah Allianz Life Indonesia paling diminati yang ada di PT. Asuransi Allianz Life Indonesia Pangeran Samuder Kota Banjarmasin yang paling adalah Allisya Protection Plus. Pada produk ini mempunyai banyak manfaat bagi nasabah, kemudahan akses dan klaim, juga karena sektor perlindungan yang paling dibutuhkan oleh para nasabah.