

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum

a. Sejarah Singkat PT Asuransi Jasindo Syariah

Mulai pada tanggal 01 Mei 2016 berdasarkan pada keputusan dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (DK-OJK) dengan No. KEP 22/D.05/2016 tertanggal 30 Maret 2016 terkait pemberian atas izin usaha di bidang asuransi umum dengan prinsip syariah, dengan demikian PT. Asuransi Jasindo Syariah lebih dikenal dengan sebutan Jasindo syariah telah resmi terbentuk, mulanya pembentukan ini sebagai hasil dari kebijakan *spin off* dari Unit Usaha Takaful (UUT) milik PT Asuransi Jasa Indonesia (Persero).

Dikarenakan merupakan bagian dari kelompok perusahaan Asuransi Jasindo, sehingga ada banyak pilihan asuransi yang dapat diberikan oleh Jasindo Syariah untuk melakukan asuransi secara lebih luas terhadap nasabahnya, lewat produk ataupun program yang sesuai akan kebutuhan para nasabah dan tentu yang paling penting sistemnya menerapkan prinsip syariat Islam. (*Sekilas Perusahaan*, 2021)

1) Visi dan Misi Perusahaan Asuransi Jasindo Syariah

- a) Visi perusahaan asuransi jasindo syariah yaitu “menjadi sebuah perusahaan asuransi yang handal lagi terpercaya”.
- b) Misi perusahaan asuransi jasindo syariah adalah “menyelenggarakan suatu usaha asuransi syariah dengan senantiasa mengoptimalkan dana peserta melalui penerapan pelayanan yang prima”.

2) Budaya Perusahaan Asuransi Jasindo Syariah

Sebagaimana perusahaan pada umumnya, asuransi Jasindo Syariah juga mempunyai nilai budaya perusahaan yang menjadi karakteristik bagi asuransi Jasindo Syariah itu sendiri yakni berikut ini:

a) Fatanah

Nilai fatanah ini sehubungan dengan keunggulan untuk melakukan inovasi dan menawarkan sebuah layanan yang prima melalui SDM yang profesional dan berkualitas baik oleh perseorangan.

b) Amanah

Nilai amanah ini sehubungan dengan penerapan GCG (*Good Corporate Governanc*) supaya pemastian bahwasannya pemberian pelayanan mempunyai integritas, berkualitas, dan transparan.

c) Penerapan dari nilai budaya perusahaan

Nilai ini sehubungan dengan dijalankannya suatu kegiatan bisnis seperti halnya yang sudah diatur dalam kaidah keislaman dan juga mempertahankan dan memperhatikan daya saing secara berkelanjutan.

d) Tablig

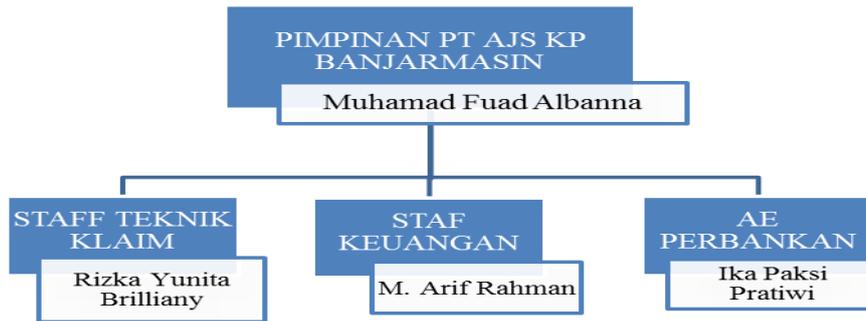
Nilai tabligh dimaksudkan untuk memperat hubungan antara perusahaan dengan nasabah lewat perantara pengembangan *Corporate Communication* dan pelayanan ritel secara proaktif dan arif. (*Visi Misi & Budaya, 2021*)

3) Struktur Organisasi Asuransi Jasindo Syariah

Sebagaimana mestinya perusahaan pada umumnya, asuransi Jasindo Syariah juga mempunyai struktur organisasi perusahaan yang dibuat dengan disesuaikan kebutuhan perusahaan itu sendiri. Berikut struktur organisasi Jasindo Syariah, yakni berikut ini:

Gambar 4. 1

Struktur Organisasi Perusahaan Asuransi PT Jasindo Syariah



(Sumber: PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin Tahun 2022)

2. Produk-produk yang tersedia di asuransi Jasindo Syariah

1) Ritel

a) Asuransi Gempa Bumi

Pemberian jaminan atas risiko kerusakan atau kerugian atas properti ataupun harta benda yang di asuransikan secara langsung ke pihak asuransi, yang diakibatkan jika adanya gempa bumi.

b) Asuransi Kebakaran

Perlindungan jaminan atas terjadinya kebakaran baik yang disebabkan karena kelalaian atas kurangnya kehati-hatian dari tertanggung itu sendiri maupun oleh orang lain selagi tidak dikecualikan dalam polis, kerusakan yang diakibatkan oleh sambaran petir juga ditanggung apabila sambaran petir tersebut menimbulkan kebakaran. Selain itu, ledakan, kejatuhan pesawat terbang maupun asap yang mana menimbulkan kebakaran juga akan ditanggung oleh polis asuransi kebakaran ini.

c) Asuransi Kecelakaan Diri

Perlindungan jaminan yang diberikan kepada nasabah apabila memiliki polis produk ini. Yakni diberikannya santunan apabila tertanggung meninggal dunia akibat peristiwa yang disebabkan oleh kecelakaan, dan apabila tertanggung tidak meninggal dunia tetapi mengalami cacat total akibat kecelakaan maka tertanggung akan tetap diberikan uang pertanggungan sebesar yang tertulis didalam polis. Selain itu polis ini juga menanggung biaya pengobatan pihak tertanggung selama tertanggung meninggalkan rumah.

d) Asuransi Perjalanan

Perlindungan jaminan atas terjadinya suatu risiko dalam bentuk yang santunan jika tertanggung meninggal dunia sewaktu perjalanan, biaya perawatan atau berobat bila terjadinya kecelakaan saat perjalanan, santuann kebakaran jika saat ia meninggalkan rumah terjadi kebakaran, santunan untuk kebongkaran rumah.

e) Asuransi Kendaraan Bermotor

Pemberian manfaat perlindungan atas risiko rusak dari kendaraan bermotor akibat oleh pencurian atau kehilangan atau terjadi kerusakan di bagian luar kendaraan sebab tabrakan, atau juga kerusakan saat terjadinya risiko huru-hara, banjir sampai personal accident yang di alami baik penumpang ataupun pengemudi.

2) Korporasi

a) Asuransi Alat Berat

Pemberian jamian atas aset-aset engineering milik nasabah yang di asuransikan, sebagai contoh kerusakan pada mesin *grader*, *forklift*, dan mesin traktor diakibatkan oleh kebakaran atau terguling yang akan

ditanggung kerugiannya oleh pihak perusahaan asuransi Jasindo Syariah sesuai akan isi polis asuransi.

b) Asuransi Pesawat Terbang (*Aviation Hull*)

Pemberian perlindungan atas segala aktivitas yang berhubungan dengan penerbangan baik mengganti kerugian atas kerusakan kerangka fisik pesawat dan risiko lain seperti *ground handling liability*, *personal accident crew*, dan hilangnya lisensi bagi pilot.

c) Asuransi Peralatan Elektronik (E.E.I)

Jenis asuransi ini sehubungan dengan mengganti kerugian atas kerusakan pada alat-alat elektronik dan perranglat lain yang di asuransikan selama pada masa pemasangan atau saat pengoperasiannya sesudah berhasilnya uji coba.

d) Asuransi Oil dan Gas

Jenis asuransi ini adalah sehubungan dengan mengganti kerugian kepada para kontraktor yang beroperasi di bidang usaha oil dan gas. Musibah asuransi yang dimaksud seperti cratering pada sumur yang sedang dieksplorasi dan sumur yang meledak. Jika musibah ini terjadi, karenanya pihak perusahaan asuransi Jasindo Syariah akan mengganti kerugian hingga limit yang sudah ditentukan dan sesuai kontrak kesepakatannya.

e) Asuransi Rangka Kapal

Ada beberapa poin manfaat yang ditanggung oleh polis asuransi yakni:

1) Asuransi rangka kapal tahunan

Pemberian jaminan atas perlindungan risiko kerusakan ataupun kerugian dari kapal baik mesin ataupun rangkanya akibat oleh bahaya-bahaya yang termuat pada polis.

2) Asuransi rangka kapal perjalanan

Pemberian jaminan atas rusak atau ruginya pada kapal baik dari mesin atupun rangkanya akibat oleh bahaya-bahaya yang termuat dalam polis ketika kapal sedang perjalanan.

3) Asuransi pembangunan kapal

Pemberian jaminan atas kerusakan dan kerugian dari kapal yang sedang dalam proses pembuatan atau pembangunan oleh suatu perusahaan galangan atau badan usaha dengan disesuaikan periode kontrak pembangunan. Secara umum diawali dengan peletakan tanda pelunasan kemudian dilanjut proses membangun kapal, memasang mesin kapal, mengerjakan interior dan eksterior kapal hingga diluncurkannya kapal baru itu, sampai proses percobaan pelayaran dan serah terima hak milik.

a. Identitas Informan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada informan maka, berikut ini adalah informasi yang penulis peroleh dari informan:

Tabel 4. 1

Identitas Informan

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Jabatan	Lama Bekerja
1	Rizka Yunita Brilliany	25 Tahun	Perempuan	Staff Teknik Klaim	4 Tahun
2	M. Arif Rahman	30 Tahun	Laki-laki	Staff Keuangan	2 Tahun 10 Bulan
3	Sumarni Aris	42 Tahun	Perempuan	Agen	5 Tahun
4	Ika Paksi Pratiwi	36 Tahun	Perempuan	AE (Account Executive)	2 Tahun

				Perbankan	
--	--	--	--	-----------	--

Sumber: Data Diolah (2022)

b. Hasil wawancara tentang Strategi Promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi covid-19

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, maka penulis memperoleh hasil sebagai berikut:

1) Periklanan (*Advertising*)

a) Staff Teknik Klaim mengatakan selama pandemi pada tahun 2019-2021, PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin melakukan promosi melalui iklan, dengan menggunakan media sosial khususnya whatsApp dan Instagram. Hal ini untuk menyasati *personal selling* yang tidak memungkinkan untuk dilakukan dengan tatap muka dikarenakan masa pandemi.(Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

b) Staff Keuangan mengatakan periklanan yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin biasanya seperti banner yang diletakkan di berbagai tempat, dan brosur-brosur yang dibagikan secara langsung. Namun, pada saat masuknya pandemi covid-19, PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin memfokuskan periklanan hanya melalui jejaring sosial.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

c) Agen mengatakan bahwa strategi periklanan merupakan strategi yang juga sangat berpengaruh dalam menarik nasabah oleh karena itu, pada saat pandemi periklanan yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin hanya melalui media sosial seperti instagram, facebook, dan WhatsApp. Hal tersebut juga dilakukan sebagaimana yang telah diperintahkan pemerintah kepada seluruh masyarakat agar tidak bertatap

langsung dalam melakukan segala aktivitas dan transaksi.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

d) Menurut AE Perbankan mengatakan hal yang sama bahwa pada saat pandemi ini semua hampir semua aktivitas kantor dan lainnya di rumahkan. Jadi, solusi agar aktivitas tetap berjalan adalah dengan memanfaatkan media sosial. Hal ini juga yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam melakukan periklanan yaitu dengan membagikan postingan-postingan mengenai produk Asuransi di berbagai media sosial.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

2) Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

a) Staff Teknik Klaim mengatakan karena selama masa pandemi untuk *personal selling* atau penjualan tatap muka tidak dapat dilakukan sesering saat sebelum pandemi, karena tidak semua orang atau calon nasabah bersedia menerima tamu. Jadi kebanyakan pihak perusahaan menggunakan media pesan WhatsApp dan telepon untuk menawarkan produk-produk asuransi.(Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

b) Staff Keuangan mengatakan bahwa pada masa pandemi covid-19 ini penjualan tatap muka (*personal selling*) karena mengikuti sesuai arahan pemerintah agar membatasi jarak (*social distancing*) maka promosi dengan cara ini tidak banyak dilakukan hanya via WhatsApp dan telepon saja.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

c) Menurut Agen bahwa promosi penjualan tatap muka ini tidak terlalu sering dilakukan pada masa pandemi covid-19 , kecuali jika ada nasabah yang tiba-tiba datang langsung ke kantor dan mau tidak mau harus

dilayani sesuai SOP pemerintah mengenai covid-19.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

d) Menurut AE Perbankan untuk penjualan tatap muka ini memang tidak diterapkan selama covid-19 karena memang semua kegiatan kantor pun harus di WFH kan jadi sangat jarang dan bahkan tidak ada melakukan penjualan tatap muka selama pandemi.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

3) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

a) Staff Teknik Klaim mengatakan bahwa hampir semua strategi promosi termasuk promosi penjualan dilakukan secara online dengan menggunakan media sosial.(Rizka Yunita Brillianty, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

b) Staff Keuangan mengatakan promosi penjualan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin selama pandemi tidak dilakukan sebagaimana mestinya karena adanya pembatasan segala aktivitas yang melibatkan orang lain pada saat angka covid-19 mulai naik-naiknya pada tahun 2020.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

c) Menurut Agen mengatakan dalam promosi penjualan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin selama pandemi dalam menawarkan produk asuransi menggunakan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

d) Menurut AE Perbankan mengatakan media sosial yang digunakan menjadi alternatif selama pandemi dalam melakukan promosi penjualan karena untuk meminimalisir penyebaran covid-19. (I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

4) Publisitas (*Public Relation*)

- a) Staff Teknik Klaim mengatakan demi menjaga kesehatan bersama dan menjalankan sesuai anjuran pemerintah perusahaan lebih banyak menggunakan media sosial untuk melakukan promosi produk kepada masyarakat. (Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- b) Staff Keuangan mengatakan walaupun pandemi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tetap melakukan hubungan masyarakat, namun tidak melakukannya secara tatap muka, kebanyakan hanya melalui via telepon atau pesan. (M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- c) Menurut Agen mengatakan dalam menjaga hubungan dengan masyarakat dalam situasi pandemi sekarang ini lebih menggunakan media sosial untuk membangun komunikasi yang baik dengan masyarakat. (S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- d) Menurut AE Perbankan pandemi bukan menjadi halangan dalam membangun hubungan dengan masyarakat. Pada situasi ini PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin biasa menggunakan alternatif media sosial dalam memberikan informasi lebih banyak tentang produk asuransi agar bisa dipahami dengan baik oleh masyarakat. (I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

1) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

- a) Staff Teknik Klaim mengatakan tidak ada melakukan promosi langsung. Pemasaran yang kami lakukan hanya melalui media sosial seperti Telepon dan WhatsApp kepada para nasabah maupun calon nasabah. (Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

- b) Staff Perbankan mengatakan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin ada melakukan kunjungan ke beberapa nasabah yang menerima tamu selama pandemi karena tidak semua nasabah dapat menerima tamu pada masa pandemi ini. Jadi, tidak semua nasabah dapat mereka kunjungi.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - c) Menurut Agen mengatakan bahwa selama pandemi covid-19 pemasaran langsung ini tidak dilakukan seperti pada masa sebelum adanya pandemi. Demi menjaga kesehatan dan mematuhi aturan yang telah dikeluarkan pemerintah, maka hanya dilakukan beberapa kali saja sebelum dikeluarkannya keputusan WFH yang mengharuskan menghentikan segala aktifitas tatap muka.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - d) Menurut AE Perbankan bahwa selama pandemi ini PT Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin pernah beberapa kali melakukan pemasaran langsung seperti yang dikatakan Bpk arif. Namun, setelah adanya peningkatan angka penyebaran virus covid-19 maka per agustus 2020 pemasaran langsung dihentikan dan melakukan pemasaran menggunakan media sosial saja.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- 2) Memberikan Pelayanan Prima
- a) Staff Teknik Klaim mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabah maupun calon nasabah. Seperti halnya dalam menjawab pertanyaan dari calon nasabah dengan lengkap dan membantu nasabah jika kesusahan dalam mengajukan klaim.(Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

- b) Staff Keuangan mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP tetap memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan budaya AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, loyal, Adaptif, Kolaboratif) yang dijunjung tinggi. Setiap pelayanan yang diberikan secara maksimal bagi para nasabah maupun calon nasabah.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - c) Menurut Agen PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin telah memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah maupun calon nasabah dan hal tersebut dilakukan mulai sebelum adanya pandemi dan hingga munculnya pandemi pun PT Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tetap mempertahankan pelayanan prima dengan baik.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - d) Menurut AE Perbankan selama ini PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sangat menjunjung tinggi nilai-nilai Islam sesuai dengan budaya perusahaan seperti Fathonah, Amanah, Shiddiq, dan Tabligh. Maka, jelas pelayanan yang diberikan PT Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin baik sebelum dan saat pandemi covid-19.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- 3) Dapat dipercaya (menjalin hubungan erat)
- a) Staff Teknik Klaim mengatakan pendekatan yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin kepada para nasabah maupun calon nasabah pada saat masa pandemi covid-19 dengan menggunakan media sosial.(Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - b) Staff Keuangan mengatakan pendekatan personal yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dilakukan secara intens kepada

para nasabah maupun calon nasabah dalam memberikan informasi yang jelas mengenai asuransi syariah.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

- c) Menurut Agen bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin berusaha menjalin hubungan yang baik nasabah maupun calon nasabah dengan selalu memberikan informasi terkait pertanyaan yang diajukan. Demi menjaga hubungan yang baik walaupun adanya pandemi covid-19 PT Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tetap menjalin komunikasi melalui media sosial dan telepon.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - d) AE Perbankan mengatakan sampai saat ini PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tetap berusaha mempertahankan jalinan antar nasabah dan PT Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sekalipun pada situasi pandemi ini guna menjaga kepercayaan nasabah dan calon nasabah.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- 4) Memanfaatkan jejaring sosial
- a) Staff Teknik Klaim mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tentunya sangat memanfaatkan jejaring sosial baik sebelum masuknya covid-19 ke Indonesia dan saat masuknya pandemi. (Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - b) Staff Keuangan mengatakan pemanfaatan jejaring yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin yaitu dengan membuat akun khusus di media sosial Instagram sebagai wadah untuk menjalin komunikasi antara Perusahaan, nasabah, dan calon nasabah.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

- c) Menurut Agen mengatakan bahwa sebelum adanya pandemi covid-19 jejaring sosial memang sudah mengambil peranan penting di PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin. Hal tersebut melihat perkembangan zaman yang memiliki peluang besar terhadap segala pemasaran.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - d) AE Perbankan mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah memanfaatkan media sosial bahkan jauh sebelum adanya pandemi. Namun, dengan masuknya virus covid-19 yang berdampak terhadap ke segala aktifitas langsung maka PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin memfokuskan pemanfaatan media seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
- 5) Bergabung dengan komunitas
- a) Staff Teknik Klaim mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia).
 - b) Staff Keuangan mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia).
 - c) Agen mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia).
 - d) AE Perbankan mengatakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia).

- 6) Melakukan kegiatan yang bersinergi dengan usaha jasa secara tulus
 - a) Staff Teknik Klaim mengatakan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan yang bersinergi. hal ini memberikan dampak yang positif dalam membangun kepercayaan nasabah maupun calon nasabah kepada citra perusahaan.(Rizka Yunita Brilliany, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - b) Staff Keuangan mengatakan mengatakan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan yang bersinergi. hal ini memberikan dampak yang positif dalam membangun kepercayaan nasabah maupun calon nasabah kepada citra perusahaan.(M. Arif Rahman, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - c) Agen mengatakan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan yang bersinergi. hal ini memberikan dampak yang positif dalam membangun kepercayaan nasabah maupun calon nasabah kepada citra perusahaan.(S. Aris, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)
 - d) AE Perbankan mengatakan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan yang bersinergi. hal ini memberikan dampak yang positif dalam membangun kepercayaan nasabah maupun calon nasabah kepada citra perusahaan.(I. Paksi Pratiwi, komunikasi pribadi, 9 Juni 2022)

3. Hasil Wawancara tentang Efektivitas Strategi Promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan Jumlah Nassabah di masa Pandemi Covid-19

Mengenai efektivitas strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin mengatakan bahwa masih belum efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah dimasa pandemi Covid-19. Walaupun, telah melakukan strategi promosi melalui jejaring sosial dengan tujuan adanya menarik minat nasabah terhadap produk Asuransi yang ditawarkan. Namun ,strategi tersebut tidak membuat jumlah nasabah meningkat selama masa pandemi covid-19. Hal ini terbukti dengan adanya data jumlah nasabah yang mengalami penurunan yang terhitung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.

4. Hasil dokumentasi

a. Strategi promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di masa Pandemi Covid-19.

Gambar 4. 2

Promosi Via Instagram



- Asuransi Mobil
- Asuransi Sepeda Motor
- Asuransi Kebakaran
- Asuransi Perjalanan Haji & Umroh
- Asuransi Kecelakaan Diri
- Asuransi Pengangkutan
- Asuransi Alat Berat
- Asuransi Pembiayaan

Sumber Data: Instagram @jasindo.id

b. Efektivitas Strategi Promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di masa Pandemi Covid-19.

Tabel 4. 2

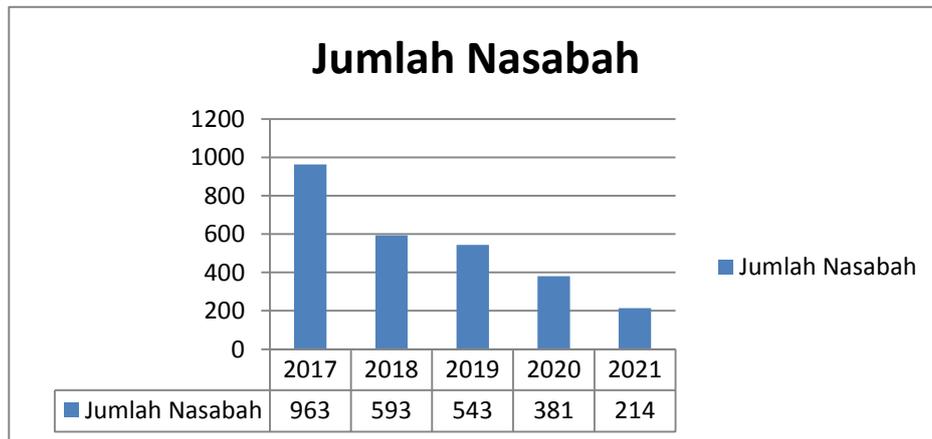
Jumlah nasabah PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	963
2	2018	593
3	2019	543
4	2020	381
5	2021	214

Sumber: PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin

Gambar 4. 3

Jumlah Nasabah PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin



Sumber: PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin

B. Analisis Data

Adapun dibawah ini analisis yang dilakukan oleh penulis terhadap data-data yang telah diperoleh dari penelitian yang meliputi:

1. Analisis Strategi Promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di masa Pandemi Covid-19.

a. Analisis Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian ada beberapa tujuan memberikan informasi, pengingat, membujuk, dan pemantapan dalam menarik minat nasabah terhadap apa yang ditawarkan. Maka analisa penulis, terhadap periklanan yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin selama masa pandemi covid-19 realisasinya sudah sangat baik yaitu dengan fokus memanfaatkan media sosial dengan membagikan pamflet kegiatan, pamflet produk, dan lainnya terkait Asuransi Syariah untuk menarik minat nasabah dan calon nasabah.

b. Analisis Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Personal selling yaitu promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Personal selling mempunyai peranan penting dalam pemasaran jasa, karena interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen sangat penting, jasa tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin dan orang merupakan bagian dari produk jasa. Maka analisa penulis, mengenai *personal selling* yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tidak bisa memasarkan dan menjual produk asuransi sesering pada saat sebelum pandemi. Hal ini dikarenakan mengikuti aturan pemerintah untuk membatasi pertemuan secara tatap muka langsung. Maka, pihak perusahaan menggunakan alternatif media sosial untuk menawarkan produk nya kepada nasabah maupun calon nasabah seperti media WhatsApp, Instagram dan Facebook. Artinya apa yang sudah dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP

Banjarmasin terkait *personal selling* tidak dapat diterapkan pada masa pandemi covid-19.

c. Analisis Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Dalam teori yang digunakan penulis disebutkan bahwa promosi penjualan yaitu suatu bentuk promosi yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjual akhirnya. *Point of sales promotion* terdiri dari brosur, *information sheet*, dan lain-lain. Maka analisa penulis, mengenai sales promotion yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bahwa hampir semua strategi promosi termasuk promosi penjualan dilakukan secara online dengan menggunakan media sosial. Hal tersebut menjadi alternatif selama pandemi dalam melakukan promosi penjualan karena untuk meminimalisir penyebaran covid-19. Artinya apa yang sudah dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin terkait *sales promotion* tetap dapat diterapkan dengan menggunakan media sosial pada masa pandemi Covid-19.

d. Analisis Publisitas (*Public Relation*)

Berdasarkan analisa penulis mengenai publisitas yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin selama masa pandemi covid-19 realisasinya sudah sangat baik yaitu dengan fokus memanfaatkan media sosial dengan membagikan postingan kegiatan seperti, *event* Asuransi, seminar tentang Asuransi dan hal lainnya terkait Asuransi Syariah secara online. Penulis dapat menyimpulkan bahwa dengan publisitas yang telah dilakukan cukup membangun hubungan yang baik antara perusahaan, nasabah, dan calon nasabah.

e. Analisis Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Berdasarkan analisa penulis terkait Pemasaran langsung yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin pada masa pandemi tidak dilakukan seperti

biasanya seperti bertemunya antara agen dengan nasabah untuk melakukan sebuah penawaran produk. Demi mematuhi aturan yang sudah dikeluarkan terhadap pandemi covid-19 maka pemasaran langsung ini hanya pernah dilakukan satu kali selama pandemi dan berhenti dilakukan setelah naiknya angka penyebaran covid-19.

Maka dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa yang telah dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah sesuai dengan teori yang ada yaitu terkait 6 (enam) area dari *direct marketing*, yang dapat digunakan pada pemasaran langsung yaitu *direct mail*, *mail order*, *Direct response*, *direct selling*, *telemarketing*, *digital marketing*. Dan area yang digunakan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin pada masa pandemi yaitu *digital marketing*.

f. Analisis Memberikan Pelayanan Prima

Berdasarkan analisa penulis mengenai memberikan pelayanan prima yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sebelum adanya pandemi dan hingga adanya pandemi pihak PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tetap mempertahankan pelayanan prima secara baik dan maksimal. Hal ini, sesuai dengan budaya perusahaan yaitu AKHLAK (amanah, kompeten, harmonis, loyal, adaptif dan kolaboratif) seperti memberikan jawaban terhadap pertanyaan dari nasabah maupun calon nasabah secara lengkap dan membantu nasabah jika mengalami kesulitan dalam mengajukan klaim.

Dapat disimpulkan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin telah memberikan pelayanan yang maksimal kepada para nasabah maupun calon nasabah pada saat pandemi ataupun sebelum pandemi covid-19.

g. Analisis Dapat dipercaya (Menjalin Hubungan Erat)

kepercayaan adalah hal yang sangat penting. Maka dari itu buatlah hubungan yang erat dengan para pelanggan. Misalnya dengan melakukan pendekatan secara

personal agar dapat menanyakan kesan mereka terhadap jasa yang pernah ditawarkan dan jangan lupa menanyakan saran agar bisnis jasa lebih berkembang. Dengan begitu perusahaan dapat mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggan. Berdasarkan analisa penulis terkait menjalin hubungan erat terhadap nasabah maupun calon nasabah yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin pada saat masa pandemi covid-19 dengan tetap menjaga silaturahmi yang baik kepada nasabah, seperti memberikan informasi yang jelas mengenai Asuransi Syariah maupun pertanyaan yang diajukan para nasabah melalui alternatif media sosial ataupun secara langsung guna menjaga kepercayaan nasabah maupun calon nasabah. Dapat disimpulkan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin telah menerapkan teori menjalin hubungan erat kepada nasabah maupun calon nasabah pada masa pandemi covid-19.

h. Analisis Memanfaatkan Jejaring Sosial

Pada era digital ini, penggunaan internet merupakan suatu hal yang sudah lazim di masyarakat. Hampir rata-rata semua orang sudah memiliki akun jejaring sosial. Karena hal ini dapat digunakan sebagai media promosi bisnis jasa. Dengan menggunakan metode tertentu dapat pula mencari tahu seberapa banyak rekomendasi dari pengguna jejaring sosial terhadap jasa yang ditawarkan. Maka analisa penulis mengenai pemanfaatan jejaring sosial yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin tentunya sangat memanfaatkan jejaring sosial dapat dikatakan bahwa jejaring sosial memang sudah mengambil peranan penting di PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bahkan sebelum adanya pandemi covid-19. Hal tersebut melihat dari perkembangan zaman yang memiliki peluang besar terhadap segala pemasaran yang dilakukan.

Maka dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa yang telah dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah sesuai dengan teori yang ada yaitu dengan memanfaatkan jejaring sosial, bahkan jauh sebelum adanya pandemi covid-19 PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah memanfaatkan jejaring sosial sebagai sarana pemasarannya seperti media WhatsApp, Instagram, Facebook.

i. Analisis Bergabung dengan Komunitas

Berdasarkan analisa penulis mengenai bergabung dengan komunitas PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin memang sudah bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia) yang dengan hal tersebut memudahkan para agen untuk saling bertukar informasi mengenai Asuransi. Maka dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin bergabung dengan komunitas AAUI (Asosiasi Asuransi Umum Indonesia) guna menjalin hubungan antar perusahaan Asuransi untuk kemajuan Asuransi di Indonesia.

j. Analisis Melakukan Kegiatan yang Bersinergi dengan Usaha Jasa Secara Tulus.

Jika melakukan segala aktivitas yang berhubungan dengan jasa maka kerjakanlah secara tulus apalagi ketika jasa akan dapat digunakan untuk membantu seseorang dalam mencapai tujuannya. Segala sesuatu yang dilakukan itu diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan percaya kepada jasa yang ditawarkan. Karena pada dasarnya semua jenis bisnis memiliki prinsip yang sama, yaitu bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan supaya mereka dapat merekomendasikan bisnis jasa ke lingkungan mereka.

Berdasarkan analisa penulis mengenai melakukan kegiatan yang bersinergi dengan usaha jasa secara tulus yang dilakukan PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah cukup baik dalam melakukan kegiatan yang bersinergi. Hal ini dapat memberikan dampak yang positif dalam membangun kepercayaan nasabah

maupun calon nasabah kepada citra perusahaan. Maka dengan ini penulis dapat menyimpulkan bahwa yang telah dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin sudah sesuai dengan teori yang ada.

2. Analisis Efektivitas Strategi Promosi PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di masa Pandemi Covid-19.

Efektivitas adalah penggunaan sarana prasarana dan sumber daya dalam jumlah tertentu, secara sadar ditentukan sebelumnya untuk memproduksi sejumlah barang atau jasa sesuai kualitas tertentu dan ketepatan waktu. Dan menurut Durianto dkk. (2003:15), umumnya terdapat tiga kriteria yang bisa dipergunakan dalam pengukuran efektivitas media promosi, yaitu penjualan, pengingat, dan persuasi.

Berdasarkan hasil analisis penulis terkait efektivitas strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah di masa pandemi. Yakni berdasarkan data pada tabel jumlah nasabah PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin yang telah penulis tampilkan pada penyajian data di atas, strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin masih belum efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah selama pandemi Covid-19. Berdasarkan data telah terjadi penurunan nasabah dari tahun 2019-2020 senilai 46,96% dan tahun 2020-2021 senilai 32,70%. Walaupun, telah melakukan strategi promosi melalui jejaring sosial dengan tujuan adanya menarik minat nasabah terhadap produk Asuransi yang ditawarkan. Namun, strategi tersebut tidak membuat jumlah nasabah meningkat selama masa pandemi Covid-19. Hal ini terbukti dengan adanya data jumlah nasabah yang telah penulis tampilkan pada penyajian data diatas, jumlah nasabah yang mengalami penurunan yang dihitung dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2021.

Dengan ini dapat disimpulkan bahwa media promosi yang digunakan oleh PT. Asuransi Jasindo Syariah KP Banjarmasin telah meliputi 3 aspek sesuai teori yang dikemukakan Duriyanto dkk. (2003:15) dengan mengingatkan nasabah, melakukan ajakan kepada nasabah, serta melakukan penjualan yang dilakukan secara online melalui media sosial, dan telepon.